



ESTUDIO
DE MERCADO

2024



El mercado del queso en Alemania

Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

13 de mayo de 2024
Düsseldorf

Este estudio ha sido realizado por
Iñigo Pascual Martínez-Sanz

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de España en Düsseldorf

<http://alemania.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240080

Índice

1. Introducción	5
2. Definición del sector	7
3. Oferta – Análisis de competidores	10
3.1. Tamaño del mercado	10
3.1.1. Producción local	11
3.1.2. Exportaciones alemanas	12
3.2. Importaciones	13
3.2.1. Importaciones de la subpartida 04 06 90	17
3.2.2. Importaciones de quesos españoles por subpartidas NC	22
3.3. Principales empresas y marcas en el país	24
4. Demanda	27
4.1. Características generales de la demanda	27
4.2. Comportamiento de compra del consumidor	29
4.2.1. Comportamiento de compra <i>in store</i>	31
4.3. Segmentación	32
4.3.1. Quesos “bio”	32
4.3.2. Quesos de cabra y oveja	35
5. Precios	36
5.1. <i>Store-check</i> : análisis de las muestras de queso español	38
6. Percepción del producto español	41
7. Canales de distribución	43
7.1. Estructura de la distribución	43
7.2. Distribución del queso en el comercio minorista	44
7.2.1. Modalidades de venta <i>in store</i>	45
7.2.2. Formatos de venta de queso en el comercio minorista	46
7.3. <i>Store-check</i> : distribución del queso español	47
8. Acceso al mercado – Barreras	51
9. Perspectivas del sector	54
10. Oportunidades	57
11. Información práctica	58
11.1. Ferias del sector en Alemania	58



11.2. Publicaciones del sector	59
11.3. Asociaciones del sector	60
12. Anexos	61
12.1. Anexo 1: Clasificación de quesos españoles según el Reglamento del Queso de 1986	61
12.2. Anexo 2: Subpartidas NC de la subpartida arancelaria 04 06 90	64
12.3. Anexo 3: Indicaciones geográficas de quesos en la Unión Europea	65

icex

1. Introducción

Este estudio tiene como objetivo ofrecer una panorámica detallada del mercado del queso en Alemania, proporcionando datos concretos sobre su situación actual y las oportunidades que ofrece para los productos españoles. Esta investigación busca servir como guía para las empresas productoras y exportadoras de queso que deseen adentrarse en este mercado.

Alemania destaca como **uno de los mayores mercados mundiales del queso**, ocupando el segundo lugar como productor global y siendo **líder, tanto en importaciones como en exportaciones**. Con un consumo per cápita anual de alrededor de 23,76 kilos, el mercado alemán importó aproximadamente 872.600 toneladas de queso en el año 2023, mientras que exportó alrededor de 1.411.400 toneladas en el mismo período.

A pesar de su tamaño considerable, el mercado del queso en Alemania se caracteriza por su **madurez y competencia intensa**. La amplia variedad de quesos disponibles dificulta la introducción de nuevos productos y los consumidores alemanes son sensibles al precio y no muestran mucha fidelización hacia marcas específicas. Entre los quesos más demandados se encuentran el gouda, edam, emmental, feta y mozzarella.

Las ventas en el comercio minorista, expresadas en unidades de valor, crecen un 9 % en 2023 hasta los 9.400 millones de euros.¹

El queso de pasta blanda es la categoría con mejor comportamiento en ventas en 2023: 2.700 MEUR con un crecimiento del 11 %.

Se observa una demanda creciente de quesos ecológicos y aquellos producidos local o regionalmente, así como interés por los quesos elaborados **con leche de cabra y oveja**. El grupo Rewe Markt GmbH lidera las ventas de quesos en el 2023, con una cuota del 9 % en términos de unidades monetarias.

En cuanto a las importaciones de queso, se ha registrado una evolución positiva, especialmente en términos de **valor monetario**. Los principales países exportadores al mercado alemán, tanto en volumen como en valor, son los Países Bajos y Francia. España ocupa el **decimotercer** lugar en términos de volumen, con 3.440 toneladas exportadas en 2023, y el decimocuarto lugar en valor, con 36,6 MEUR en exportaciones, representando menos del 1 % del mercado, tanto en términos de volumen como de valor.

¹ Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).



Con respecto a las ventas de queso en la distribución minorista, los *discounters* lideran las ventas, con una cuota de mercado del 41,4 %, seguidos por los supermercados e hipermercados, con un 28,6 % y un 16,5 %, respectivamente. Los establecimientos del comercio independiente representan el 8,6 % de las ventas, mientras que los especializados constituyen el 1,6 %. La comercialización de queso en los establecimientos minoristas se concentra principalmente en los lineales y estanterías de autoservicio, con una presencia minoritaria en los mostradores.

Aunque **los quesos españoles ocupan cuotas de mercado modestas** en comparación con los principales proveedores de queso, puede destacarse la buena participación que obtienen en algunas subpartidas arancelarias correspondientes a los **quesos de pasta dura**.

Aunque todavía existe un relativo desconocimiento de los quesos españoles en el mercado alemán, es destacable la actual comercialización por parte de grandes cadenas minoristas, como Aldi y Rewe, sobre todo bajo **su marca propia**, con el impacto positivo en el consumo y la notoriedad que ello supone. A través de la realización de un *store-check*, se ha observado que la oferta de los quesos españoles se concentra en los mostradores del comercio, siendo su presencia en las estanterías de autoservicio muy puntual.

ICEX

2. Definición del sector

En Alemania, la delimitación del sector del queso tiene como base el Reglamento del Queso (*Käseverordnung*) de 1986. Este considera queso los “productos frescos o en grados variables de curación que se obtienen a partir de leche cuajada”. También se describen dentro del concepto los “quesos de suero” (*Molkenkäse*)², “quesos de leche agria” (*Sauermilchkäse*) y los llamados “quesos de pasta hilada”.

Siguiendo la clasificación expuesta en este Reglamento, se pueden identificar **seis grandes grupos de queso**, en función de su contenido en agua en la masa del queso, descontada la materia grasa:

TABLA 1. GRUPOS DE QUESOS SEGÚN EL REGLAMENTO DEL QUESO DE 1986

Grupo de quesos	Käsegruppe (alemán)	Contenido de agua en la pasta del queso, descontada la m.g.
Queso de pasta dura	<i>Hartkäse</i>	56 % o menor
Queso de pasta semidura	<i>Schnittkäse</i>	Entre 54 % y 63 %
Queso de pasta semiblanda	<i>Halbfester Schnittkäse</i>	Entre 61 % y 69 %
Queso de leche ácida	<i>Sauermilchkäse</i>	Entre 60 % y 73 %
Queso de pasta blanda	<i>Weichkäse</i>	Más del 73 %
Queso crema/fresco	<i>Frischkäse</i>	Más del 69 %

Fuente: *Käseverordnung* 1986.

Además, como ya se ha mencionado, se suele hacer referencia a otra categoría de quesos: los llamados “de pasta hilada/filata” en los que se incluyen mozzarella, burrata, provolone y fior di latte.

Esta distinción es la más empleada para datos de mercado y estadísticas internas del país. En el apartado 12.1. Anexo 1, se describen distintos tipos de quesos españoles y competidores extranjeros que pueden englobarse dentro de cada conjunto.

² Las referencias al *Molkenkäse* en datos estadísticos y de mercado son residuales y, generalmente, formando parte del grupo “quesos de leche ácida”. Esta escasez de datos y relevancia en el mercado hace que sea excluido de este estudio.

Sin embargo, los grupos enumerados **no se corresponden exactamente con las partidas y subpartidas arancelarias del sistema armonizado**. Por tanto, a la hora de analizar los flujos de exportaciones e importaciones de queso en Alemania, es necesario acudir a la segunda clasificación:

TABLA 2. PARTIDAS Y SUBPARTIDAS DEL SISTEMA ARMONIZADO

Código	Título
04	LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS DE AVE; MIEL NATURAL; PRODUCTOS COMERCIALES DE ORIGEN ANIMAL, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE
04 06	Quesos y requesón
04 06 10	Queso fresco sin madurar, incl. queso de suero y cuajada
04 06 10 30	<i>Mozzarella fresca, incluso en estado líquido, con un contenido de grasa, en peso, ≤ 40 %</i>
04 06 10 50	<i>Queso fresco sin madurar, incl. queso de suero y cuajada de un contenido de grasa, en peso, ≤ 40 % (excl. mozzarella)</i>
04 06 10 80	<i>Queso fresco sin madurar, incl. queso de suero y cuajada con un contenido de materias grasas, en peso, > 40 %</i>
04 06 20	Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo
04 06 30	Queso fundido (excepto el rallado o en polvo)
04 06 30 10	<i>Queso fundido, para la fabricación del cual no se han utilizado otros quesos que no sean emmentaler, gruyère y appenzell, y que puede contener, además, queso de hierba Glarus "conocido como Schabziger"; acondicionados para la venta al por menor, de un contenido de grasa en peso en materia seca de ≤ 56 %</i>
04 06 30 31	<i>Queso fundido, sin rallar o en polvo, con un contenido de materias grasas ≤ 36 % en peso, en la materia seca ≤ 48 % (excepto las mezclas de queso fundido elaboradas con Emmentaler, Gruyère y Appenzell, con o sin la adición del queso de hierba Glarus conocido como Schabziger, acondicionada para la venta al por menor)</i>
04 06 30 39	<i>Queso fundido, con un contenido de grasas ≤ 36 % en peso y con un contenido de grasas en la materia seca > 48 % en peso (excl. rallado o en polvo, así como el fabricado con una mezcla de emmental, gruyère y appenzeller, incl. con Glaris de hierbas, acondicionado para la venta al por menor y con un contenido de grasas en la materia seca ≤ 56 %)</i>
04 06 30 90	<i>Queso fundido, con un contenido de grasas > 36 % en peso (excl. rallado o en polvo, así como el fabricado con una mezcla de emmental, gruyère y appenzeller, incl. con Glaris de hierbas, acondicionado para la venta al por menor y con un contenido de grasas en la materia seca ≤ 56 %)</i>
04 06 40	Queso de pasta azul y demás quesos que presenten vetas producidas por "Penicillium roqueforti" ...
04 06 40 10	Roquefort
04 06 40 50	Gorgonzola
04 06 40 90	<i>Queso de pasta azul y otros quesos que presenten vetas producidas por "Penicillium roqueforti" (excl. Roquefort y gorgonzola)</i>
04 06 90	Queso (excepto el queso fresco, incluido el queso de suero de leche, la cuajada, el queso fundido, el queso de pasta azul y el otro queso que contenga vetas producidas por "Penicillium roqueforti", y el queso rallado o en polvo)

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Gobierno de España.



Durante el período comprendido entre 2016 y 2023, la subcategoría 04 06 90, que abarca una amplia gama de quesos, ha representado aproximadamente tres cuartas partes del valor total de las importaciones de queso en Alemania. Además, esta subcategoría ha representado el 85 % de las exportaciones de queso de España a Alemania durante el mismo período. En este estudio, se pondrá especial énfasis en analizar esta subcategoría debido a su significativa importancia.

Dentro de esta subcategoría, se encuentran diversos tipos de queso, y el sistema armonizado de clasificación, detallado en el apartado 12.2. Anexo 2, distingue entre una variedad considerable de quesos, algunos de los cuales tienen un marcado carácter local (como brie, feta, provolone, entre otros). Es importante destacar que no existe un código específico para ningún queso típicamente español dentro de esta clasificación.



3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Tamaño del mercado

El mercado alemán ocupa **el segundo lugar mundial en consumo de queso, expresado en unidades de peso**. Según los informes del Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación, el consumo aparente en 2023, que incluye la producción local más las importaciones y descontando las exportaciones, alcanzó los 2 millones de toneladas. En el largo plazo, se observa **una leve tendencia positiva**, con un crecimiento acumulado del 7,42 % entre 2010 y 2023. Sin embargo, debido a un comportamiento irregular de las importaciones y exportaciones en los últimos años, es difícil identificar una tendencia clara a largo plazo, lo que dificulta hacer proyecciones fiables para el futuro.

TABLA 3. PRODUCCIÓN LOCAL Y COMERCIO EXTERIOR DE QUESO EN ALEMANIA 2016-2023

En miles de toneladas

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Producción local	2.497,5	2.480,6	2.525,2	2.580,5	2.640,4	2.665,6	2.638,8	2.655,8
<i>Variación interanual</i>	0,10 %	-0,68 %	1,80 %	2,19 %	2,32 %	0,95 %	-1,01 %	0,64 %
Importación	823,8	821,4	830,7	872,3	894,4	913,6	891,2	872,6
<i>Variación interanual</i>	7,89 %	-0,29 %	1,13 %	5,00 %	2,83 %	2,15 %	-3,4 %	-2,09 %
Exportación	1.167,7	1.210,0	1.235,6	1.277,0	1.317,8	1.364,6	1.324,1	1.411,4
<i>Variación interanual</i>	-0,22 %	3,62 %	2,12 %	3,35 %	2,6 %	3,55 %	-3,58 %	6,59 %
Consumo aparente	2.060,7	1.978,2	2.018,8	2.087,2	2.101,6	2.106,2	2.066,5	2.007,5
<i>Variación interanual</i>	3,02 %	-4 %	2,05 %	3,39 %	0,69 %	0,22 %	1,89 %	-2,9 %
Consumo aparente en kg per cápita	25,02	23,93	24,36	25,13	25,28	25,34	24,58	23,76
Tasa de cobertura (%)	141,7	147,3	148,7	146,3	147,25	149,37	148,6	161,75

Fuente: elaboración propia, a partir de datos del [Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación](#) y EUROESTACOM.

Si se tiene en cuenta el sector exterior, el país es **exportador neto de queso**. En términos de unidades de peso, la balanza comercial alemana muestra una tasa de cobertura de más del 160 % en 2023, año en que el país exportó 1.411.400 toneladas de queso e importó 872.600 toneladas.

La tasa de cobertura, que representa la relación entre la producción local y el consumo aparente, ha mostrado un crecimiento constante, lo que sugiere que **Alemania es cada vez más autosuficiente en la producción de queso** para satisfacer la demanda interna.

En general, estos datos revelan una industria del queso en Alemania que está experimentando un crecimiento moderado y que está bien integrada en el mercado internacional.

3.1.1. Producción local

Con una producción de 2,65 millones de toneladas en 2023, **Alemania lidera la fabricación de queso dentro de la Unión Europea y ocupa el segundo lugar a nivel mundial**, sólo superada por EE. UU. ³ Desde 2010, la producción nacional de queso en Alemania ha mantenido una tendencia ligeramente ascendente, experimentando un crecimiento acumulado del 12,84 %.

El tipo de queso más elaborado es el de pasta semidura, con una producción que supera las 833.100 toneladas en 2023, representando casi el 31 % del total. Le sigue el queso crema o fresco, con un 29,84 % de la producción total. Los quesos de pasta dura y blanda constituyen, respectivamente, aproximadamente el 6,79 % y el 6 % del total de la producción.

Por **tipos de queso**, destaca la producción de mozzarella y demás quesos de pasta hilada, con 461.100 toneladas en 2023.

TABLA 4. PRODUCCIÓN LOCAL DE QUESO EN ALEMANIA POR GRUPOS DE QUESO 2016-2022

En miles de toneladas

Grupos de queso	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Queso crema/fresco	815,3	791,4	797,2	823,9	835,3	816,2	790,2	792,6
Queso de pasta semidura y semiblanda	751,7	763,5	764,3	795,3	801,6	815,1	808,4	833,1
Queso pasta filata	358,9	370,9	390,3	401,1	424,8	446,7	456,1	461,1
Queso fundido	172,2	175,9	185,9	191,3	192,6	204,3	208,9	206,3
Queso de pasta dura	211,0	191,6	198,5	189,3	191,6	189,1	186,6	180,3
Queso de pasta blanda	159,6	157,9	160,8	152,2	167,2	167,9	164,9	159,3
Queso de leche ácida/cançoillotte/de suero	28,9	29,3	28,3	27,4	27,2	26,3	23,6	23,1
TOTAL	2.497,5	2.480,6	2.525,2	2.580,5	2.640,3	2.665,6	2.638,7	2.655,8

Fuente: [Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación](#).

³Según datos de Pm Food And Dairy Consulting.

3.1.2. Exportaciones alemanas

Alemania es el **principal exportador mundial de queso, tanto por unidades de peso como de valor**, según datos del [ITC](#). Los principales destinos de las exportaciones son los países vecinos y socios comerciales de la UE, con Italia como mayor mercado, absorbiendo un 17,7 % del total de las exportaciones, tanto en peso como en valor, en 2023.

TABLA 5. EXPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO (TARIC 04 06)

En miles de toneladas

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
1. Italia	253,3	255,0	243,6	235,7	242,9	237,2	234,3	-7,5 %
2. Países Bajos	165,4	149,5	154,0	170,9	184,7	172,3	177,6	7,4 %
3. Francia	73,5	85,4	90,0	96,6	102,2	96,7	93,4	27,1 %
4. Austria	73,4	75,7	79,5	86,4	87,1	82,2	76,1	3,7 %
5. Reino Unido	73,3	73,5	68,9	70,7	48,5	47,6	50,8	-30,7 %
SUBTOTAL	638,9	639,1	636,0	660,3	665,4	636,0	632,2	-1,05 %
6. ESPAÑA	73,9	75,3	77,7	68,1	69,6	77,8	78,3	5,95 %
TOTAL	1.210,0	1.235,6	1.276,4	1.317,8	1.364,7	1.324,1	1.318,6	8,98 %

Fuente: EUROESTACOM.

TABLA 6. EXPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO (TARIC 04 06)

En millones de euros

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
1. Italia	812,64	798,55	791,59	756,96	821,78	1.094,69	1.068,71	31,51 %
2. Países Bajos	477,41	400,96	434,69	476,4	547,59	712,29	689,38	44,40 %
3. Francia	251,43	299,38	320,64	341,32	376,26	452,94	489,42	94,65 %
4. Austria	287,74	300,75	308,04	322,8	337,96	400,32	416,78	44,85 %
5. ESPAÑA	246,77	242,81	254,1	228,03	247,88	373,07	373,53	51,37 %
SUBTOTAL	1.824,56	2.042,45	2.109,06	2.125,51	2.331,47	3.033,31	3.037,82	66,50 %
TOTAL	3.916,27	3.917,24	4.118,03	4.209,74	4.587,47	5.937,40	5.999,45	53,19 %

Fuente: EUROESTACOM.

España es el quinto mercado de destino de las exportaciones alemanas de queso, expresadas en valores monetarios y el sexto por unidades de peso, lo que supone **un flujo bilateral de mercancías ampliamente superavitario para el país germano**.

3.2. Importaciones

Alemania también es el **principal importador de queso a nivel mundial**. El país importó un total de 872.020 toneladas, con un valor de 5.187,4 millones de euros en 2023, procedentes casi en su totalidad de países de la Unión Europea, de Suiza, Reino Unido, Noruega y Turquía

Las importaciones alemanas de queso han evolucionado positivamente en 2023. Cabe destacar que **el crecimiento ha sido mayor en unidades de valor que en términos de peso** en toda la serie temporal analizada. Acumulando un crecimiento total del 6,7 % en volumen desde 2017, así como un aumento del 37,51 % en valor.

TABLA 7. IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO (TARIC 04 06)

En miles de toneladas

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
1. Países Bajos	284,0	293,7	302,6	307,6	310,5	297,7	281,0	-1,04 %
2. Francia	137,9	132,5	132,0	135,1	135,9	122,6	114,6	-16,9 %
3. Italia	57,0	61,4	68,6	71,5	79,9	72,0	73,9	29,6 %
4. Austria	75,2	79,5	78,5	74,8	85,1	93,8	88,8	18,01 %
5. Dinamarca	99,5	87,0	99,5	107,1	103,7	110,0	116,6	17,19 %
6. Suiza	30,7	31,2	34,6	36,0	38,4	35,4	34,3	11,73 %
7. Grecia	26,5	26,0	27,9	32,5	34,3	32,3	32,8	23,77 %
8. Luxemburgo	17,1	18,4	13,4	12,1	15,2	23,5	21,2	23,98 %
9. Irlanda	19,6	19,0	22,9	23,4	25,4	27,0	25,6	30,61 %
10. Bélgica	12,6	12,9	16,1	14,0	18,5	20,1	22,3	76,98 %
SUBTOTAL	760,1	761,6	796,0	814,0	846,9	834,3	810,9	6,68 %
15. ESPAÑA	4,35	4,03	3,76	4,29	4,85	3,82	3,44	-20,92 %
TOTAL	821,41	830,72	869,51	894,42	913,57	891,21	872,02	6,70 %

Fuente: EUROESTACOM.

TABLA 8. IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO (TARIC 04 06)

En millones de euros

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
1.Países Bajos	1.128,12	1.161,40	1.211,11	1.213,05	1.270,04	1.587,80	1.469,59	30,27 %
2.Francia	713,86	698,92	723,28	752,51	769,39	769,04	824,58	15,5 % ¹
3.Italia	411,02	450,19	523,89	536,10	590,69	603,38	679,78	65,39 %
4.Austria	324,84	346,67	352,02	350,44	406,61	491,49	509,59	56,88 %
5.Dinamarca	349,47	293,35	304,70	305,81	310,31	438,59	418,71	19,81 %
6.Suiza	251,38	256,07	286,63	309,00	325,66	324,76	334,11	32,91 %
7.Grecia	138,62	133,94	137,92	159,87	176,37	213,45	253,13	82,60 %
8.Luxemburgo	93,95	96,94	76,99	71,26	88,89	165,35	173,25	84,41 %
9.Irlanda	68,69	66,40	80,63	82,38	91,72	146,43	136,16	98,24 %
10.Bélgica	57,58	55,92	69,86	65,15	83,90	110,05	117,39	103,86 %
SUBTOTAL	3.552,00	3.580,20	3.768,70	3.845,57	4.113,58	4.850,34	4.916,29	6,96 %
13. ESPAÑA	30,39	30,88	29,24	35,15	36,12	33,96	36,63	20,54 %
TOTAL	3.772,25	3.831,84	4.050,21	4.154,71	4.370,26	5.111,08	5.187,39	37,51 %

Fuente: EUROESTACOM.

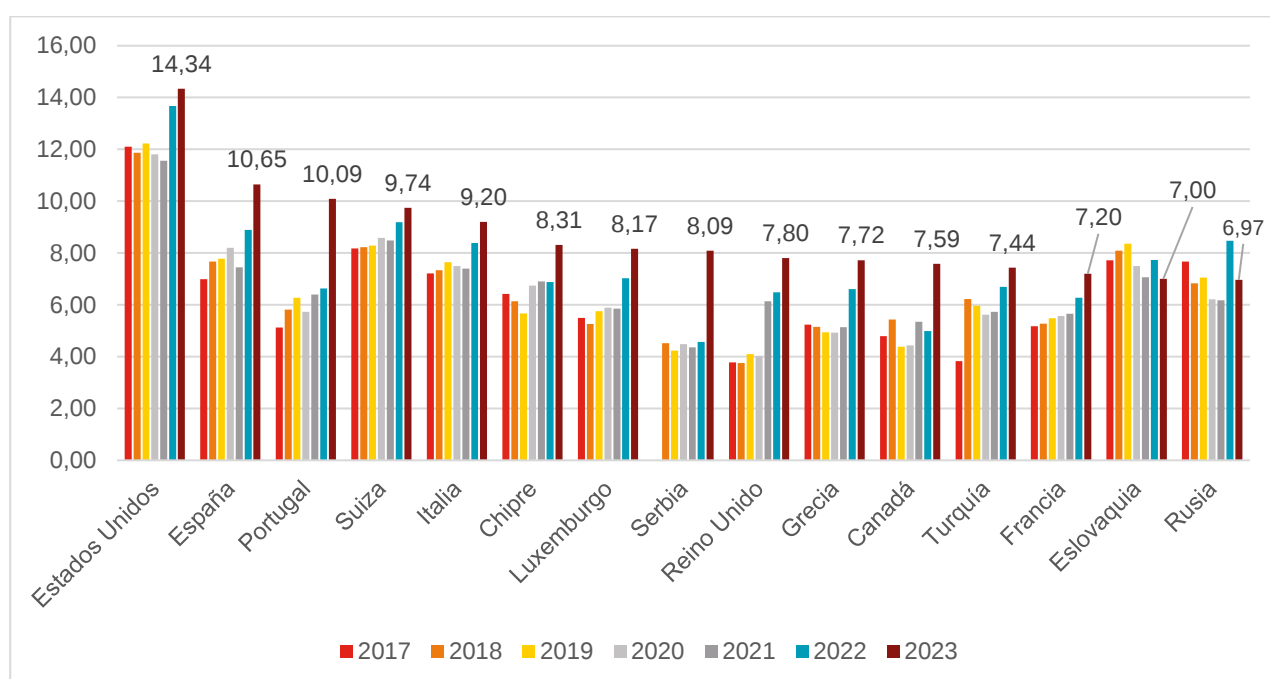
Los Países Bajos encabezan las exportaciones de queso hacia Alemania, tanto en cantidad como en valor, seguidos por Francia. Aunque en el pasado se ha venido observando un aumento en las importaciones de queso expresadas en unidades de valor desde los principales países proveedores, **esta tendencia se ha revertido recientemente** en términos de unidades de volumen: A partir de 2021, se observa una disminución en las importaciones alemanas procedentes de los principales países exportadores, especialmente de Francia y los Países Bajos. Sin embargo, en términos de valor monetario, se ha registrado un crecimiento generalizado en las exportaciones.

Se observa una gran concentración de las importaciones en los diez primeros proveedores, que suman alrededor del 93 % del total, tanto en términos monetarios como expresados en toneladas (94,8 %). Si se toman en consideración los tres principales suministradores en unidades de peso, su cuota de mercado asciende al 53,84 % en 2023 (4,9 puntos porcentuales menos que hace cinco años). Los tres líderes en unidades valor agrupan el 57,3 % (3 puntos porcentuales menos que en 2018).

Con 3.440 toneladas y un valor monetario de 36,63 millones de euros, **España** ocupa el decimoquinto y decimotercer lugar del *ranking*, respectivamente. Cabe destacar la tendencia bajista en volumen de los últimos tres años, manteniéndose estable la facturación en euros. En 2020, la cuota española en las importaciones alemanas de queso se situó en un 0,47 % en unidades de peso, y en un 0,82 % en unidades de valor. En 2023 la cuota en unidades de volumen supone un 0,39 % de las importaciones y un 0,7 % en unidades de valor.

GRÁFICO 1. PRECIOS DE IMPORTACIÓN DEL QUESO PARA DETERMINADOS PAÍSES PROVEEDORES 2017-2023

En euros por kilogramo



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

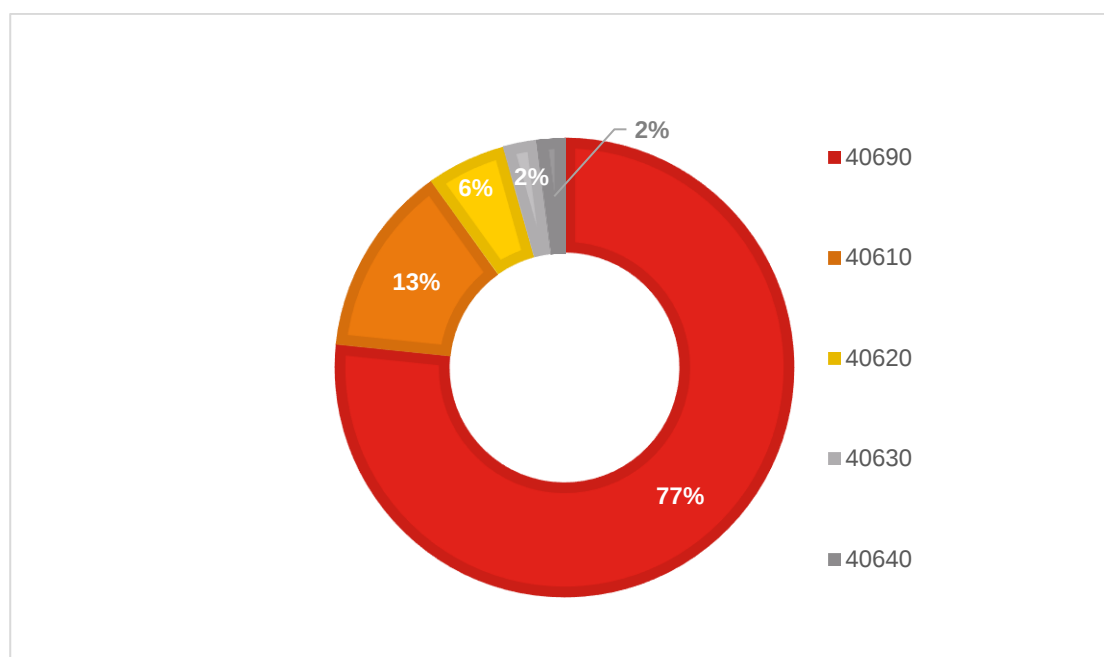
Puede observarse una **gran diferencia de los precios de importación**⁴ de los quesos según su origen que, en muchos casos, ha tendido a incrementarse en el medio plazo. Si se consideran sólo los quesos europeos, el producto español se encuentra entre los que mayor precio presenta (10,65 €/kg en 2023), con un precio ligeramente superior al de los quesos portugueses, suizos e italianos (10,09 €/kg, 9,74 €/kg y 9,2 €/kg, respectivamente). Además, **los quesos españoles, generalmente, muestran una tendencia ascendente en sus precios de importación.**

⁴ El "precio de importación" utilizado en este informe es una variable resultante de dividir el valor de las importaciones en unidades monetarias entre su peso en kilos. Se trata, por tanto, de una variable estadística para comparar el mayor o menor valor de los quesos procedentes de un lugar determinado. No se trata, en ningún caso, de precios de mercado.

Por tipos de queso, la subpartida 04 06 90 supone, como ya se ha mencionado (Capítulo 2), más del 77 % de las importaciones alemanas de queso en unidades de valor, y engloba el grueso de las exportaciones españolas de queso a Alemania. Es por ello por lo que esta subpartida será objeto de un análisis más detallado.

GRÁFICO 2. IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO SEGÚN SUBPARTIDAS TARIC, 2023

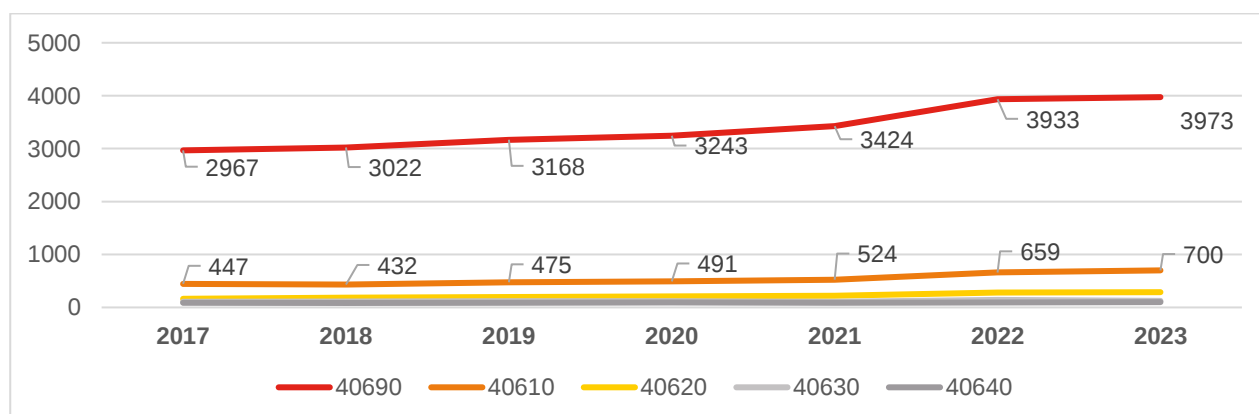
En porcentaje sobre las importaciones de queso del periodo, medidas en unidades de valor



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

GRÁFICO 3. IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO SEGÚN SUBPARTIDAS TARIC. PERIODO 2017-2023

Valor, en millones de euros sobre las importaciones de queso del periodo



Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

El Gráfico 3 muestra **una tendencia alcista más pronunciada en lo que respecta a la subpartida 040690.**

3.2.1. Importaciones de la subpartida 04 06 90

Dentro de la subpartida 04 06 90 las correspondientes a todos los quesos descontando el queso fresco (040610), el queso rallado o en polvo (040620), el queso fundido (040630), el queso de pasta azul y demás quesos que presenten vetas producidas por *Penicillium roqueforti* (040640)), el comportamiento de las importaciones muestra la tendencia ya comentada al analizar el conjunto de los quesos: se observa que, en general, el crecimiento de las importaciones expresadas en unidades de valor es mucho más acusado que en unidades de peso.

TABLA 9. IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO (TARIC 04 06 90)

En miles de toneladas

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
1. Países Bajos	254,30	263,71	270,71	272,29	274,74	263,61	242,30	-4,72
2. Francia	112,51	107,91	108,34	111,32	113,02	99,06	94,62	-15,90
3. Austria	39,87	41,98	41,27	39,20	47,12	52,77	52,60	31,91
4. Italia	31,83	33,59	34,49	36,78	41,63	38,69	37,56	18,02
5. Dinamarca	34,11	32,12	36,79	34,79	36,56	35,32	36,86	8,05
SUBTOTAL	472,62	479,31	491,60	494,39	513,07	489,44	463,95	-1,84
14. ESPAÑA	2,88	3,01	2,79	3,24	3,01	2,78	2,52	-12,63
TOTAL	595.898,60	608.172,50	626.854,10	637.133,90	653.398,20	629.336,50	602.742,70	1,15

Fuente: EUROESTACOM.

TABLA 10. IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO (TARIC 04 06 90)

En millones de euros

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23	Tasa de variación 22-23
1. Países Bajos	1.029,97	1.061,50	1.098,31	1.088,90	1.141,86	1.414,58	1.301,34	26,35 %	-8,01 %
2. Francia	605,39	590,23	613,79	641,88	660,93	646,23	715,60	18,21 %	10,73 %
3. Italia	273,30	292,78	332,11	336,34	376,75	384,06	406,99	48,92 %	5,97 %
4. Austria	215,85	227,11	222,33	227,10	269,69	319,29	345,30	59,97 %	8,15 %
5. Suiza	213,91	222,18	251,65	271,66	280,18	272,41	275,93	29,00 %	1,30 %

SUBTOTAL	2.338,41	2.393,79	2.518,19	2.565,89	2.729,41	3.036,58	3.045,17	30,22 %	0,28 %
13. ESPAÑA	24,58	26,62	24,74	29,61	28,01	28,56	31,04	26,26 %	26,26 %
TOTAL	2.967,09	3.022,64	3.168,42	3.243,72	3.424,50	3.933,88	3.973,34	33,91 %	33,91 %

Fuente: EUROESTACOM.

La variación anual en el valor de las importaciones de esta subcategoría ha seguido, en líneas generales, la misma tendencia que las importaciones totales de queso. Sin embargo, el crecimiento en peso ha sido muy reducido nulo. Durante el periodo 2017-2023 se observa una tasa de variación en cuanto a valor del +33,91 % así como un crecimiento del 1,15 % en volumen de queso.

Destaca una tendencia al incremento del valor unitario de las importaciones, con una caída acusada de las importaciones medidas en unidades de peso en los últimos tres años, manteniéndose el crecimiento en cuanto al volumen monetario de las mismas. Durante el periodo 2021-2023 se observa una reducción de 51.000 toneladas de importaciones de queso, mientras que el valor de estas ha crecido, pasando de 3.424 millones de euros en 2021 a 3.973 millones en 2023. En el caso de las importaciones españolas, su comportamiento medido en unidades de peso es positivo en esta subpartida hasta 2021: durante los dos últimos años se observa un crecimiento negativo acumulado del -9,5 %

TABLA 11. PRECIOS DE IMPORTACIÓN DEL QUESO (TARIC 04 06 90) PARA LOS PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES, 2017-2023

En euros por kilogramo

País	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 16-20	Tasa de variación 22-23
1, España	8,54	8,86	8,85	9,15	9,30	10,27	12,34	44,51 %	20,19 %
2, Suiza	9,64	9,61	9,71	10,36	10,70	11,58	12,29	27,45 %	6,10 %
3, Italia	8,59	8,72	9,63	9,14	9,05	9,93	10,83	26,18 %	9,15 %
4, Luxemburgo	5,37	5,37	5,83	5,96	5,95	7,34	8,51	58,42 %	16,01 %
5, Chipre	6,42	6,14	5,66	6,75	6,91	6,88	8,32	29,49 %	21,00 %
6, Turquía	3,82	6,23		5,68	5,89	6,95	8,01	109,48 %	15,23 %
7. Reino Unido	4,71	4,34	4,50	4,45	6,14	6,50	7,82	66,13 %	20,27 %
8. Grecia	5,23	5,14	4,95	4,93	5,14	6,61	7,72	47,61 %	16,82 %
9. Francia	5,38	5,47	5,67	5,77	5,85	6,52	7,56	40,55 %	15,92 %
10. Austria	5,41	5,41	5,39	5,79	5,72	6,05	6,56	21,27 %	8,50 %
11. Bulgaria	4,71	4,71	4,63	4,83	4,83	5,85	6,36	35,14 %	8,73 %
12. Bélgica	5,74	5,67	5,43	5,68	5,59	6,31	6,01	4,70 %	-4,69 %
PROMEDIO	5,39	5,48	5,25	5,63	5,79	6,62	6,97	29,28 %	5,25 %

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

En cuanto a los **precios de importación**, el precio promedio del queso englobado en esta subpartida es de 6,97 €/kg, con un crecimiento del 29,28 % desde 2017.

El producto español de esta subpartida tiene un precio promedio de 12,34 €/kg, un precio ampliamente superior al que tenía en 2017. Su evolución muestra una tendencia ascendente desde 2017, año en que su precio cayó un 6,4 %.

TABLA 12. IMPORTACIONES DE QUESO POR SUBPARTIDAS NC DENTRO DE LA SUBPARTIDA 04 06 90

En miles de toneladas

Subpartida NC	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
04069078 queso gouda.	138,51	149,65	151,92	137,66	141,62	143,97	127,18	-8,18 %
04069092 quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua superior al 62 %	63,59	58,50	62,74	65,12	67,67	61,92	63,14	-0,72 %
04069089 quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua sin exceder de 62 %.	41,05	41,94	44,36	49,31	51,84	52,28	54,21	32,06 %
04069061--quesos grana padano, parmigiano reggiano.	19,33	21,18	21,82	24,34	26,90	24,99	25,37	31,25 %
04069021 quesos cheddar	47,92	50,59	54,37	53,23	65,93	63,18	70,14	46,36 %
04069099--los demas quesos, con un contenido de grasa superior al 40 %, no expresados ni comprendidos en otro lugar de esta partida.	35,89	32,55	33,75	36,55	38,03	36,54	35,17	-1,99 %
04069032--(desde 01.01.2007) quesos feta (excepto que se destinen a una transformacion).	23,58	24,89	27,05	30,11	31,10	29,55	29,54	25,26 %
04069074--quesos maasdam.	27,75	28,83	31,96	31,36	30,52	28,09	28,62	3,11 %
04069017--(desde 01.01.97) quesos bergkase y appenzell.	19,84	19,25	17,58	16,60	17,24	16,01	14,97	-24,56 %
04069079--quesos esrom, italico, kernhew, saint-nectaire, saint-paulin, taleggio.	15,88	16,14	16,71	16,70	17,44	15,34	12,47	-21,46 %
04069023--quesos edam (excepto que se destinen a una transformacion).	32,26	31,89	34,59	36,97	31,98	28,60	25,21	-21,85 %
04069013--(desde 01.01.97) quesos emmental.	20,50	22,27	19,72	19,39	19,49	20,08	18,74	-8,60 %
04069084--(desde 01.01.94) queso brie.	24,40	23,46	21,68	20,43	19,00	18,22	16,23	-33,49 %
04069093--quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua en la materia no grasa, en peso, superior a 72 %.	13,83	13,04	12,50	15,68	16,51	19,77	19,80	43,15 %

04069050--quesos de oveja o de bufala en recipientes con salmuera.	13,52	13,42	12,87	12,96	13,49	9,90	8,79	-35,02 %
Resto	58,05	60,58	63,24	70,69	64,66	60,89	53,18	-8,37 %
TOTAL	595,90	608,17	626,85	637,13	653,40	629,34	602,74	5,61 %

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

Por subpartidas NC (12.2. Anexo 2), la estructura de esta subpartida muestra cómo **el queso más importado es el gouda**, que supone un 21,1 % del total de las importaciones en peso del conjunto. Por tipos de queso con subpartida propia, destaca por su relevancia (11,65 % del total) y por su pronunciado crecimiento en los últimos años (46,36 %) el cheddar. Las cuotas de importación para los quesos grana padano, maasdam y bergkäse y appenzel son del 4,21 %, 4,75 % y 2,48 %, respectivamente.

Aquí hay algunos puntos clave que considerar:

- **Total de importaciones:** Se observa un aumento muy leve en las importaciones de queso de esta subpartida arancelaria a lo largo de los años, con un total que va desde 596.000 toneladas en 2017 a 603.000 toneladas en 2023.
- **Tendencias por subpartida:** El queso gouda (04069078) muestra fluctuaciones en sus importaciones, con un descenso general del 8,18 % en la tasa de variación acumulada. Algunos tipos de queso, como **el queso cheddar (04069021) y el queso grana padano (04069061), muestran un crecimiento constante en las importaciones**, con tasas de variación acumulada del 46,36 % y 31,25 % respectivamente. Otros tipos de queso, como el queso brie (04069084) y el queso edam (04069023), muestran una disminución significativa en las importaciones, con tasas de variación acumulada del -33,49 % y -21,85 %, respectivamente.

Algunas subpartidas muestran **fluctuaciones en las importaciones a lo largo de los años**, como el queso feta (04069032) y el queso de oveja o de búfala en recipientes con salmuera (04069050).

- **Variaciones anuales:** Es importante considerar las variaciones anuales junto con la tendencia general. Por ejemplo, aunque el queso cheddar muestra un crecimiento constante en la tasa de variación acumulada, se observa un aumento significativo en 2021 seguido de una disminución en 2022 y un aumento nuevamente en 2023.

TABLA 13. IMPORTACIONES DE QUESO POR SUBPARTIDAS NC DENTRO DE LA SUBPARTIDA 04 06 90

En millones de euros

Subpartida NC	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Tasa de variación acumulada 17-23
04069078 queso gouda	542,74	576,83	593,82	542,39	577,08	755,96	658,16	21,27
04069092 quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua superior al 62 %	349,69	334,27	351,46	365,16	385,56	406,00	440,29	25,91
04069089 quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua sin exceder de 62 %	264,11	272,24	291,43	328,77	349,48	373,64	415,36	57,27
04069061--quesos grana padano, parmigiano reggiano	186,53	202,64	235,57	238,02	261,85	266,98	288,32	54,57
04069021 quesos cheddar	167,88	172,76	184,80	185,31	229,26	313,99	328,48	95,66
04069099--los demás quesos, con un contenido de grasa superior al 40 %, no expresados ni comprendidos en otro lugar de esta partida	189,47	174,18	182,43	197,12	211,54	228,30	236,48	24,81
04069032--(desde 01.01.2007) quesos feta (excepto que se destinen a una transformación)	122,09	124,67	132,43	146,96	160,92	199,44	238,75	95,56
04069074--quesos maasdam	134,15	145,60	156,89	149,71	149,65	168,98	195,01	45,37
04069017--(desde 01.01.97) quesos bergkase y appenzell.	146,70	145,21	137,89	136,03	140,97	141,00	146,72	0,02
04069079--quesos esrom, italico, kernhew, saint-nectaire, saint-paulin, taleggio	106,11	108,59	111,30	109,37	111,51	105,16	97,82	-7,81
04069023--quesos edam (excepto que se destinen a una transformación)	99,03	89,47	104,07	109,32	102,23	134,29	102,81	3,82
04069013--(desde 01.01.97) quesos emmental	94,68	97,87	95,35	97,97	101,50	125,01	124,24	31,23
04069084--(desde 01.01.94) queso brie	101,63	104,21	99,66	96,32	92,99	97,98	107,49	5,77
04069093--quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua en la materia no grasa, en peso, superior a 72 %	69,84	65,33	62,76	72,51	78,03	98,63	108,29	55,06
04069050--quesos de oveja o de búfala en recipientes con salmuera	69,18	68,55	65,65	69,57	75,83	81,73	74,49	7,67
Resto	69,40	69,82	68,59	69,10	66,91	77,01	66,16	-4,68

TOTAL	2.967,09	3.022,64	3.168,42	3.243,72	3.424,50	3.933,88	3.973,34	32,58
-------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-------

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

En términos monetarios, **el queso gouda continúa siendo el líder en el mercado de importación**, concentrando el 16,56 % del valor de importaciones de la subpartida. También destacan los quesos **cheddar y feta**, con unas tasas de crecimiento desde 2017 de más del 95 %.

Aunque estos quesos son, junto a los quesos destinados a la transformación, los que han experimentado crecimientos más acusados, cabe resaltar que la tendencia general de las subpartidas NC ha sido el **mayor crecimiento en valor de las importaciones**, fenómeno que se da incluso en quesos que acusan caídas en sus importaciones expresadas en unidades de peso.

3.2.2. Importaciones de quesos españoles por subpartidas NC

A continuación, se realiza un análisis más detallado de la presencia española en **las subpartidas NC en las que el producto español se encuentra más representado**. La finalidad de este subapartado es proporcionar información más detallada sobre qué quesos españoles se exportan actualmente en mayor medida a Alemania, y su relevancia en el conjunto de las importaciones del país.

TABLA 14. PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA EN LAS IMPORTACIONES ALEMANAS DE QUESO EN 2023, POR SUBPARTIDAS NC⁵

En miles de euros y toneladas. Porcentaje sobre el total de las importaciones

Subpartida NC	Exp. ES	VALOR		Exp. ES	PESO	
		Total	Porcentaje		Total	Porcentaje
04 06 90 86-Otros (contenido graso no superior al 40 %, contenido en agua superior al 47 %, sin exceder de 52 %)	8.991,8	66.156,28	13,59 %	633,8	8.597,6	7,37 %
04 06 90 69-Otros (contenido graso no superior al 40 %, contenido en agua no superior al 47 %, excepto grana padano, parmigiano)	1.561,57	50.234,55	3,11 %	129,40	5.146,2	2,51 %
04 06 30 10-Queso fundido, (a base de emmental, gruyère y appenzell), en envases de un peso neto inferior o igual a 1 kg, que contengan porciones o lonchas	91,73	9.281,55	0,99 %	7,60	2.491,80	0,31 %

⁵ Con el fin de simplificar la exposición, se han resumido los nombres de las subpartidas NC en las tablas expuestas. Sin embargo, se han adjuntado los códigos NC para facilitar la búsqueda de su denominación completa. Por otra parte, y dado lo reducido del valor de muchas de las exportaciones españolas de queso pertenecientes a estas subpartidas, las cantidades monetarias se han expresado en miles de euros, al contrario que en el resto de las tablas del presente estudio.

04 06 90 89-Otros (contenido graso no superior al 40 %, contenido en agua superior al 52 %, sin exceder de 62 %)	10.533,53	415.356,45	2,54 %	788,80	54.205,40	1,46 %
04 06 90 35-Kefalotyr	-	506,12		-	55,4	
04 06 90 99-Otros quesos, con contenido graso superior al 40 %	5.774,51	236.481,50	2,44 %	495,70	35.171,60	1,41 %
04 06 10 50-Otros quesos frescos, sin madurar (incluido el de lactosuero) y requesón (contenido graso no superior al 40 %)	1.140,92	363.155,66	0,31 %	212,8	112.913,50	0,19 %
04 06 90 50-Quesos de oveja o de búfala en recipientes con salmuera o en odres de piel de oveja o de cabra	778,89	74.489,97	1,05 %	65,10	8.787,60	0,74 %
04 06 90 93-Otros (contenido graso no superior al 40 %, contenido en agua superior a 72 %)	730,73	108.290,08	0,67 %	74,20	19.798	0,37 %
04 06 20 00-Queso de cualquier tipo, rallado o en polvo	3.941,48	288.828,50	1,36 %	564,3	45.791,50	1,23 %
04 06 90 17-Bergkäse y appenzell	608,46	146.724,26	0,41 %	39,80	14.970,40	0,27 %
04 06 90 85-Kefalograviera, kasseri...	-	988,46		-	110,00	
04 06 90 92-Otros (contenido graso no superior al 40 %, contenido en agua superior al 62 %, sin exceder de 72 %)	1.055,17	440.287,20	0,24 %	83,10	63.136,60	0,13 %
04 06 10 80-Queso fresco, sin madurar (incluido el de lactosuero) y requesón, con contenido graso superior al 40 %	66,75	55.415,75	0,12 %	10,60	10.146,30	0,10 %

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de EUROESTACOM.

De manera general, se puede observar que la importancia de los quesos españoles en el mercado es más relevante en términos de unidades de **valor que en términos de unidades de peso**. En este contexto resulta necesario resaltar que la falta de subcategorías específicas en la clasificación TARIC para los quesos característicamente españoles imposibilita su clara definición, al contrario que para quesos de otros países, donde TARIC sí recoge tipos de queso como cheddar, mozzarella, brie, etc.

La subpartida NC en la que los quesos españoles cobran un mayor protagonismo es la *04 06 90 86: Los demás quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua en la materia no grasa, en peso, superior a 47 %, pero sin exceder de 52 % (excepto que se destinen a una transformación)*, de la que participa en un 10,7 % en valor y un 6,3 % en peso.

Si se relaciona con la clasificación del Reglamento del Queso (*Käseverordnung*) enunciada en el Capítulo 2, puede observarse cómo, en líneas generales, este tipo de quesos estarían englobados en el grupo de **“quesos de pasta dura”**, categoría en la que también encajaría la segunda partida más representativa de las seleccionadas.

Sin embargo, en términos absolutos, la subpartida más exportada es la 04 06 90 89: *Los demás quesos con un contenido de grasa no superior a 40 % en peso, y un contenido de agua en la materia no grasa, en peso, superior al 52 %, pero sin exceder de 62 % (excepto que se destinen a una transformación)*. Este tipo de queso correspondería, de una forma genérica, al grupo “quesos de pasta semidura”.

En cuanto a los **quesos frescos**, aquellos con contenido en materia grasa no superior al 40 % cuentan con una cuota de mercado del 0,12 % en valor, y del 0,1 % en peso, lo que los sitúa por encima del promedio de la cuota de mercado del conjunto de las importaciones de quesos españoles en el mercado del queso alemán.

3.3. Principales empresas y marcas en el país

Según datos de *Euromonitor*, el mercado del queso en Alemania está relativamente fragmentado en lo que respecta a sus principales operadores: la suma de la cuota de mercado de las diez principales empresas comercializadoras de queso no llega al 39 %. De estas, las tres primeras suman el 22,5 % en 2023, y el líder en el mercado cuenta con un 9,3 % del total.

TABLA 15. CUOTAS DE MERCADO DE LAS PRICIPALES MARCAS DE FABRICANTE Y DIISTRIBUIDOR

Cuota de mercado en % sobre unidades de valor

Empresa (NBO)	Marca (GBO)	2020	2021	2022	2023
Rewe (Private label)	Rewe Markt GmbH	8,8 %	9 %	9,2 %	9,3 %
Aldi (Private Label)	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	7 %	7,2 %	7,3 %	7,2 %
Lidl (Private Label)	Lidl Stiftung & Co KG	5,8 %	5,9 %	6 %	6 %
Geramont (Savencia SA)	Savencia Fromage & Dairy	3,2 %	3,1 %	3 %	3 %
Bresso (Savencia SA)	Savencia Fromage & Dairy	2,7 %	2,7 %	2,6 %	2,5 %
Président (Lactalis Groupe)	Lactalis Deutschland GmbH	2,5 %	2,5 %	2,5 %	2,5 %
Leerdamer (Lactalis Groupe)	Bel Deutschland GmbH	-	2,9 %	2,6 %	2,5 %
Edeka (Private Label)	Edeka Zentrale AG & Co KG	3,0 %	3,1 %	2,8 %	2 %
Philadelphia (Kraft Heinz Co)	Mondelez Deutschland GmbH	2,4 %	2,3 %	2 %	1,9 %
Arla Buko (Arla Foods Amba)	Arla Foods GmbH	1,6 %	1,6 %	1,5 %	1,5 %

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de Euromonitor, Bloomberg y sitios web corporativos.

Las principales compañías, en términos de facturación, que operan en el mercado alemán tienen su sede en Francia. Estas empresas, como Savencia, Bel Groupe y Lactalis, tienen **una presencia multinacional** y operan como exportadores de queso al mercado alemán desde países como Francia, Países Bajos, Italia o España, además de ser productores dentro de Alemania.

Si nos centramos en las marcas en lugar de en las empresas, en 2023 destaca claramente el **dominio de las marcas de distribuidor**. Las tres principales marcas comercializadas pertenecen a esta categoría y pertenecen a los grupos de distribución Rewe, Lidl y Aldi.

Los expertos consideran que las marcas blancas (marca de distribuidor) seguirán siendo populares sobre todo en un contexto de inflación⁶. Como se puede apreciar en el gráfico, Rewe Markt GmbH sigue siendo el líder general en la comercialización de queso en 2023, habiendo ganado terreno desde el aumento de la inflación en 2022. Las principales cadenas de descuento tipo Aldi y Lidl, ofrecen con éxito sus líneas de queso de marca propia, y es probable que sigan creciendo durante el periodo de previsión del mismo modo que Rewe. Estas marcas ofrecen una gama de cierta amplitud de quesos a precios competitivos, lo que atrae a los consumidores más preocupados por el precio, manteniendo al mismo tiempo los estándares de calidad.

Géramont Savencia SA, multinacional francesa líder en la producción de queso, desempeña un papel fundamental en Alemania a través de filiales como Savencia Fromage & Dairy Deutschland GmbH. Ofrecen una cadena diversificada bajo diferentes marcas⁷.

Lactalis, otro de los principales actores de la industria quesera mundial, está presente en el país germano a través de marcas como Babybel, Leerdammer y Kiri. Estas empresas tienen una presencia sustancial tanto en el canal minorista como en el de la restauración, y distribuyen sus productos a supermercados, tiendas especializadas, restaurantes y hoteles de todo el país⁸.

Al analizar las marcas de fabricante recogidas en este *ranking*, se observa que todas las principales marcas pertenecen a las grandes empresas productoras de queso mencionadas anteriormente. Entre ellas destacan Leerdamer (propiedad de Bel Groupe), Géramont y Bresso (ambas de Savencia SA), Président (de Lactalis) y Philadelphia (de Kraft Heinz Co.).

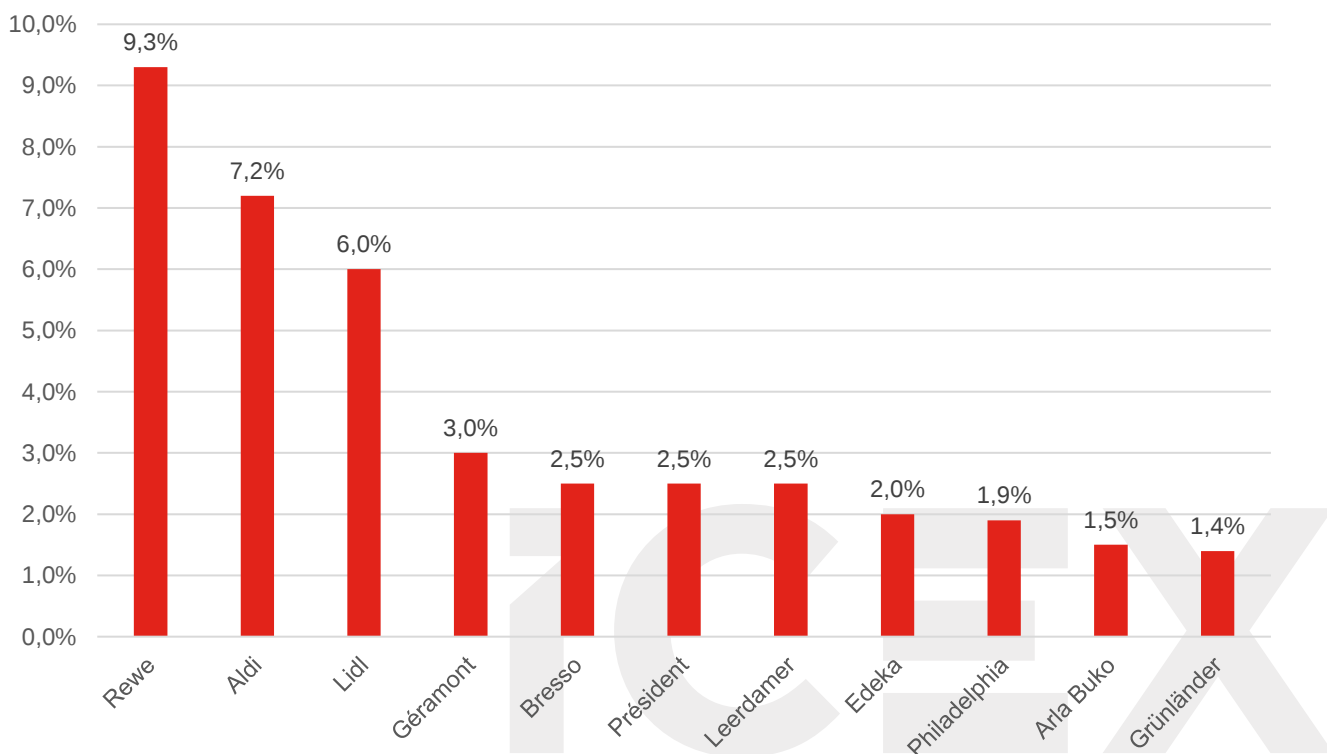
⁶ Según datos de *Cheese In Germany* (Euromonitor international September 2023).

⁷ Según datos de *Cheese In Germany* (Euromonitor international September 2023).

⁸ Según datos de *Cheese In Germany* (Euromonitor international September 2023).

GRÁFICO 4. DIEZ PRINCIPALES MARCAS DE QUESO EN ALEMANIA EN 2023

En cuota de mercado sobre unidades de valor



Fuente: Euromonitor

Por otra parte, la mayor presencia de un tipo de marca u otro variará según el tipo de queso y el **punto de venta de este**. En este sentido, la venta de marcas de distribuidor es más común en estanterías de autoservicio que en mostradores. En el caso de los quesos blandos y de untar, la venta de marcas de fabricante es mayoritaria en ambas modalidades de venta.

4. Demanda

4.1. Características generales de la demanda

De acuerdo con la información proporcionada por la [Confederación de la Industria Láctea de Alemania](#), el queso se posiciona como el producto lácteo preferido entre los ciudadanos alemanes, ubicándose en segundo lugar en términos de consumo, justo después de la leche. Durante el año 2022, cada habitante del país consumió en promedio 24,58 kilogramos de queso. En términos de preferencia, **los consumidores muestran una clara inclinación por los quesos de pasta semidura y semiblanda**, seguidos por los quesos crema o frescos.

TABLA 16. CONSUMO APARENTE DE QUESO EN ALEMANIA POR GRUPOS DE QUESO, 2017-2022

En kilogramos per cápita

Grupos de queso	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Queso de pasta semidura y semiblanda	7,50	7,16	7,66	8,14	7,78	7,91	7,80
Queso crema/fresco	7,75	7,04	6,76	6,95	7,09	6,87	6,41
Queso pasta filata	3,20	3,27	3,39	3,55	3,82	3,97	3,96
Queso de pasta dura	2,29	2,16	2,25	2,20	2,08	2,13	2,02
Queso de pasta blanda	2,25	2,28	2,34	2,22	2,44	2,43	2,33
Otros	1,37	1,38	1,36	1,41	1,45	1,41	1,49
Queso de leche ácida/cancoillotte	0,66	0,65	0,60	0,61	0,62	0,62	0,57
TOTAL	25,02	23,93	24,36	25,10	25,28	25,34	24,58

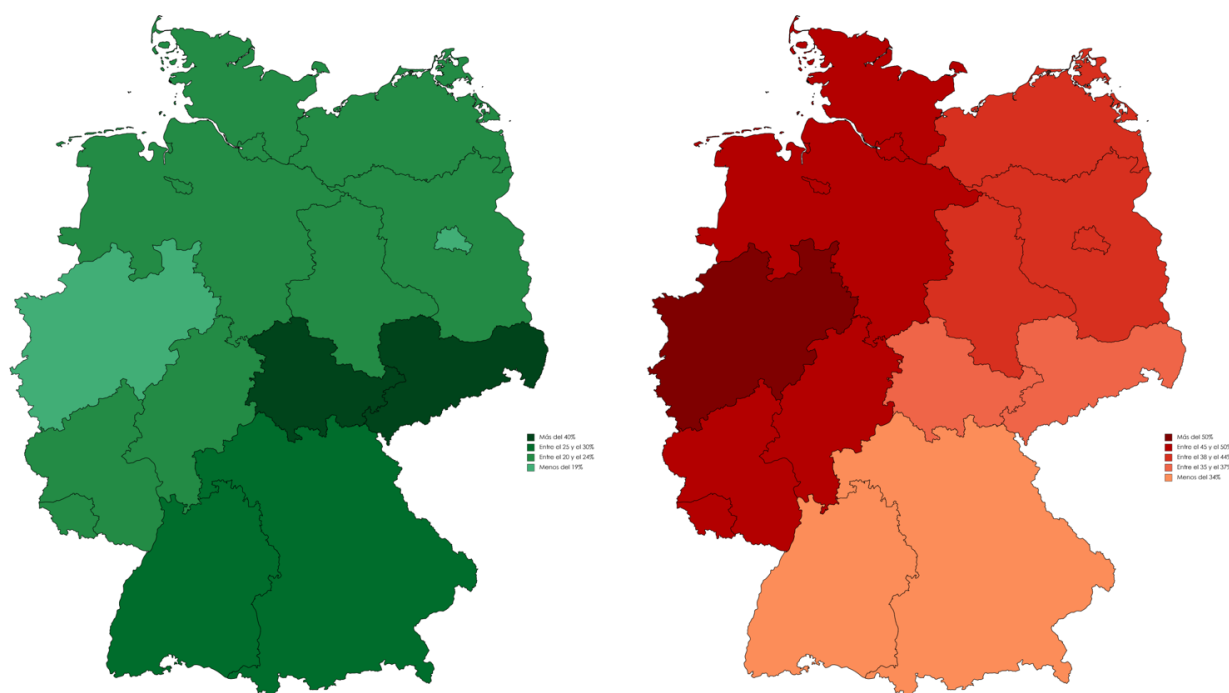
Fuente: [Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación](#).

En cuanto a las preferencias por tipo de queso, **el gouda** neerlandés destaca como el **favorito entre los alemanes**, siendo el más consumido en la mayoría de los estados del país. Dentro de la categoría de quesos de pasta dura, también son populares el edam neerlandés y el emmental suizo.

Siguiendo en popularidad, se encuentran la mozzarella y el feta, dos quesos con una evolución de ventas muy positiva en el país. Estos quesos han ganado terreno en el mercado alemán y son cada vez más consumidos por los ciudadanos.

GRÁFICO 5. CUOTA DE MERCADO DEL QUESO CAMEMBERT Y DEL QUESO GOUDA POR ESTADOS FEDERADOS

En cuota de mercado para el camembert (izquierda) y gouda (derecha), por unidades físicas



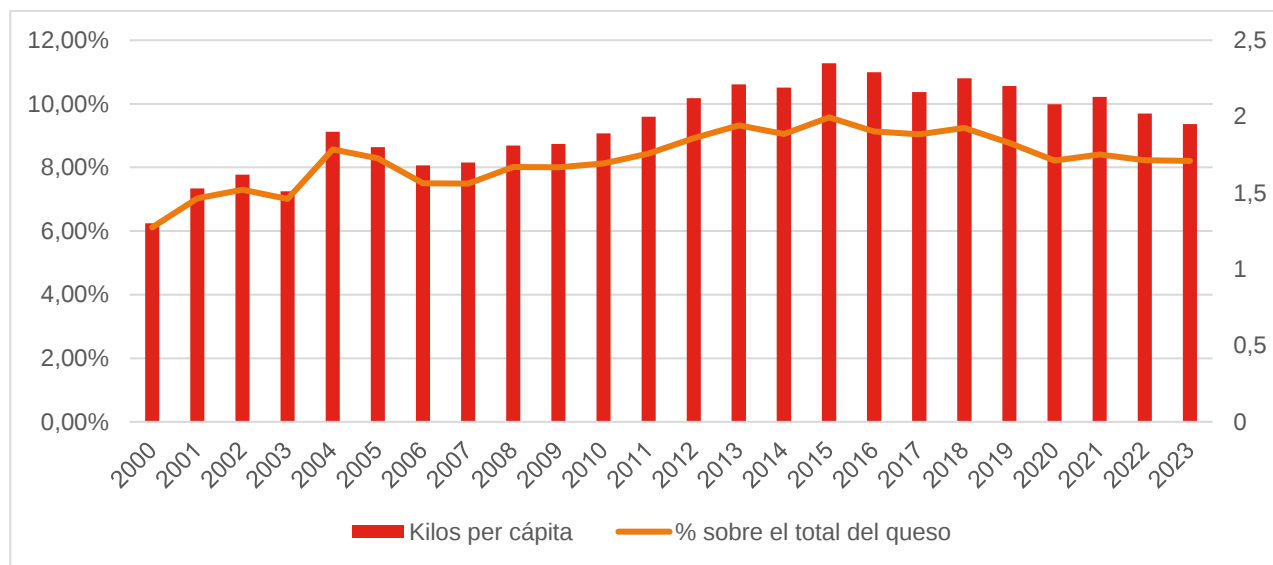
Fuente: elaboración propia, con MapChart, a partir de datos de la Confederación de la Industria Lechera de Alemania.

Son notables las variaciones regionales existentes, fruto de las diferentes culturas de consumo del queso de los *Länder*, influidas por la proximidad geográfica de las zonas de producción de otros países: mientras que en Renania del Norte-Westfalia hay una preferencia mayoritaria por el gouda (55 %), los quesos italianos y el queso emmental cuentan con mayor aceptación en Baviera (33 %) y en otros estados del sur.

El grupo de queso de mayor interés para las **exportaciones españolas** es el **de pasta dura**, por concentrar las mayores cuotas de mercado para el queso español en el mercado alemán. Esta categoría ha ido cobrando cada vez mayor protagonismo en los lineales y mostradores alemanes. En el siguiente gráfico se muestra la evolución de su consumo durante el periodo 2000-2023: para el mismo se observa un crecimiento acumulado del 2,1 %.

GRÁFICO 6. EVOLUCIÓN EN EL CONSUMO PER CÁPITA DE QUESO DE PASTA DURA EN ALEMANIA, 2000-2023

En kilogramos per cápita de consumo aparente y porcentaje sobre el total del consumo aparente de queso



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del [Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación](#).

4.2. Comportamiento de compra del consumidor

Los consumidores de queso en Alemania se enfrentan a una amplia variedad de opciones, con una extensa gama de quesos disponibles y una clasificación compleja que incluye diferentes tipos de queso, como la pasta dura, la pasta semidura y la pasta blanda. Esta diversidad a menudo puede resultar abrumadora e incluso incómoda⁹ para el consumidor.

En lo relativo al comportamiento de compra, según el informe sobre el consumo de [BMEL - Nutrición - Alemania, cómo se come - Informe de Nutrición BMEL 2023](#) del Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación, el sabor es el atributo más decisivo para la mayoría de los consumidores a la hora de hacer la compra (99 %), seguido de lo saludable que sea esta misma (91 %).

Según los resultados de esta encuesta, un poco más de la mitad de los alemanes (57 %) considera que el precio es un factor crucial al tomar decisiones de compra. Específicamente en lo que respecta al queso, los consumidores muestran interés en detalles como el lugar de origen, el tiempo de maduración y el tipo de leche utilizada en su elaboración. Esta información suele estar disponible a través del etiquetado del producto o mediante carteles informativos en los puntos de venta, así como a través del personal en los mostradores de queso.

⁹ Según datos de *Lebensmittel Zeitung*. Ausgabe 11/2021 (19 de marzo de 2021).

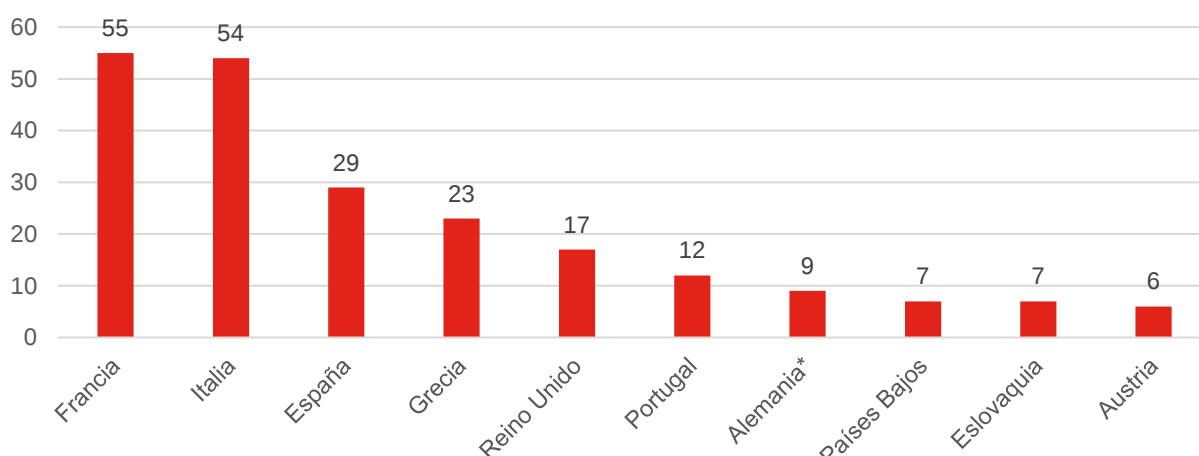
Los sellos de calidad y origen para productos de alimentación son importantes para los consumidores alemanes. Casi dos tercios (65 %) de los encuestados indicaron que compran alimentos con sellos de certificación con mucha frecuencia o regularidad. Este comportamiento se ha vuelto aún más prominente en el último año, especialmente entre los jóvenes menores de 30 años, con un aumento de la respuesta de referencia del 68 % en 2022 al 74 % en el período actual. También se observa una tendencia similar entre las personas de 30 a 44 años, con un aumento del 64 % en 2022 al 71 % en 2023.

Entre los distintos sellos analizados por este estudio, los que más influyen en el comportamiento de compra son los que indican “origen regional” (66 %), “Bienestar Animal” (65 %), “Productos Ecológicos” (59 %), “Comercio Justo” (56 %) y especialmente aquellos otorgados por organizaciones que defienden los derechos humanos, el medio ambiente o el bienestar animal.

Es notable el **bajo reconocimiento que tienen los sellos de la Unión Europea** entre los consumidores alemanes. Esto se debe, en parte, a que el concepto de Indicaciones Geográficas de la Unión Europea (D.O.P. e I.G.P.) no está tan arraigado en la cultura alimentaria alemana como lo está en países como España, Francia o Italia. Esta falta de familiaridad explica el escaso conocimiento que tienen los consumidores alemanes sobre estos sellos.

GRÁFICO 7. PAÍSES CON MÁS VARIEDADES DE QUESO CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

En número de quesos con D.O. o I.G.P.



* Alemania cuenta, en realidad, con 10 indicaciones. Sin embargo, la Comisión Europea clasifica el queso “Obazda/Obatzter” dentro de la categoría “otros productos de origen animal”.

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de la Comisión Europea.

Asimismo, debe tenerse en cuenta la **tendencia a consumir productos “de kilómetro cero”** (consumo de productos locales) en el país, y el valor que el consumidor les otorga, especialmente

relevante en el caso de productos lácteos y huevos (el 82 % considera «importante» o «muy importante» la procedencia regional de estos productos).

Por otro lado, el 42 % de los encuestados considera el **Nutri-Score** como muy importante o importante. Y el 48 % expresó su interés en recibir información en el envasado sobre si un producto es vegetariano o vegano; este interés es más pronunciado entre los menores de 30 años (65 %) en comparación con los mayores de 60 años (42 %).

A los encuestados que indicaron querer conocer si un producto se había producido de forma respetuosa con el medio ambiente se les pidió que lo especificaran en la encuesta: la mayoría (un 92 %) considera que es especialmente importante saber de dónde procede un producto. En comparación con el año anterior, los menores de 30 años (2022: 90 %, 2023: 94 %) y los mayores de 60 años (2022: 89 %, 2023: 95 %) se han mostrado ligeramente más propensos a decir que dicha información era particularmente importante para ellos¹⁰.

Por otra parte, el mercado del queso **no se considera “marquista”**: desde *Lebensmittel Zeitung*, se apunta a que, en general, los consumidores de queso no muestran una gran lealtad a ninguna marca¹¹.

Esta ausencia de lealtad hacia las marcas coincide con los datos extraídos del *store-check* elaborado en el marco de este informe para los quesos españoles y que pueden reflejar cierta falta de rigor por parte del comercio en lo que respecta a una identificación correcta del producto; en el *store-check* se aprecia una cierta **confusión entre la “variedad de queso” y la marca**: ciertos quesos como un queso de oveja vascofrancés se anuncian con el nombre de marca, mientras que, en otros como el queso de tetilla o el manchego, las referencias a la marca se encontraban prácticamente ausentes.

En la mayoría de las etiquetas de los quesos exhibidos en el mostrador se hace referencia al tipo de queso y, salvo en algunos casos, no se informa sobre la marca, algo que también ocurre en un gran número de quesos ofertados en el canal *online*.

4.2.1. Comportamiento de compra *in store*

En el comercio minorista organizado la venta de queso se realiza de dos formas: en mostradores, donde se selecciona y prepara el queso por un profesional (*Theken*) o en estanterías de autoservicio (*SB-Bereichen*).

Si bien se profundiza en los datos cualitativos sobre una opción u otra en el capítulo 7, se adelanta en este apartado que el consumidor alemán muestra **preferencia por la compra en los lineales**

¹⁰ Según [Deutschland, wie es isst – Der BMEL-Ernährungsreport 2023](#) del Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación.

¹¹ Según datos de *Lebensmittel Zeitung*. Ausgabe 11/2021 (cit.).

de autoservicio. Según la última encuesta realizada por *Käse Theke*¹², algunos de los **motivos que explican la tendencia a evitar la compra en mostrador** son el mayor precio que suelen tener los quesos en este lugar, que una parte de los consumidores considera excesivos (42 %), evitar esperas (29 %) o la ausencia de mostrador en el establecimiento al que se acude (28 %).

Por el contrario, **el consumidor que adquiere sus quesos en el mostrador** suele hacerlo buscando un surtido más amplio o quesos más específicos, que no encontraría en las estanterías (47 % de las respuestas), la posibilidad de escoger un formato personalizado (cantidad y tipo de corte) (39 %) y para reducir la generación de residuos de envases (33 %).

MOSTRADORES (THEKEN)



Fuente: Pixabay

ESTANTERÍAS DE AUTOSERVICIO (SB-BEREICHEN)



Por último, como una modalidad intermedia entre mostradores y estanterías, existen las llamadas **Cabrio-Theken** (mostradores descapotables o góndolas), una opción al alza en supermercados e hipermercados, y que busca ofrecer la agilidad de las estanterías con la frescura e inspiración de los mostradores.

4.3. Segmentación

4.3.1. Quesos “bio”

Dentro del mercado del queso destaca la evolución positiva de un segmento importante y cada vez mayor de la población alemana hacia los **alimentos “bio” o ecológicos**. Esta categoría tiene una notable implantación en el mercado alemán para el conjunto de los productos de alimentación.

Los consumidores alemanes tienen un fuerte aprecio por los productos regionales y artesanales, incluido el queso. Valoran la conexión con las tradiciones locales, los sabores y la producción artesanal. En el futuro, es probable que haya un énfasis continuo en apoyar a los productores de queso locales y de pequeña escala que producen queso de alta calidad y distintivo regional. Esto

¹² [Käse Theke](#).

puede implicar iniciativas que promuevan variedades de queso regionales, fomenten colaboraciones entre productores y minoristas locales, y resalten las características únicas de las ofertas de queso de cada región¹³.

El desarrollo del mercado de queso ecológico en el periodo 2016-2021 ha seguido una **acusada tendencia positiva**, con un crecimiento acumulado del 104,9 % en cantidades vendidas desde 2016 (hasta últimos registros, 2021) y en torno al 103,95 % en valor, llegando a consumirse 44.960 toneladas en 2021, con un valor en ventas de más de 562 millones de euros. Esta cifra, sin embargo, supone sólo un 2,18 % del mercado total del queso expresado en unidades de peso¹⁴.

TABLA 17. VENTAS DEL SUBSECTOR DEL QUESO DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN ALEMANIA

En toneladas de producto

Producto	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Variación periodo 16/21
Queso de pasta dura	5.474	6.321	6.561	6.775	8.076	8.388	Nd	53,23 %
Queso de pasta semidura	5.390	6.542	6.766	7.888	9.384	10.063	Nd	86,70 %
Queso de pasta semiblanda	792	764	1.194	1.479	2.040	1.821	Nd	129,92 %
Queso en lonchas	146	243	195	176	154	101	Nd	-30,82 %
Queso de pasta blanda	2.784	4.033	5.125	6.315	8.042	7.266	Nd	160,99 %
Queso crema/fresco	4.858	6.568	7.229	8.898	11.622	13.225	Nd	172,23 %
Queso de leche ácida/cancoillotte	141	189	208	182	260	273	Nd	93,62 %
Otros	2.356	3.056	2.870	3.369	3.924	3.768	Nd	59,93 %
TOTAL	21.941	27.751	30.181	35.139	43.527	44.960	Nd	104,91 %

Fuente: Markt Bilanz: Öko-Landbau 2022.

TABLA 18. FACTURACIÓN DEL SUBSECTOR DEL QUESO DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN ALEMANIA

En millones de euros

Producto	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Variación periodo 16/21
Queso de pasta dura	78,66	90,38	92,91	95,60	114,80	119,57	Nd	52 %
Queso de pasta semidura	64,35	83,18	82,16	97,74	114,297	122,73	Nd	90,72 %
Queso de pasta semiblanda	10,55	10,19	14,71	16,84	24,924	21,11	Nd	100,09 %
Queso en lonchas	2,02	3,34	2,83	2,11	2,061	1,51	Nd	-25,25 %
Queso de pasta blanda	45,73	64,62	72,22	87,20	110,758	99,18	Nd	116,88 %

¹³ Según Cheese in Germany Euromonitor International (septiembre 2023).

¹⁴ Teniendo en cuenta los datos de Cheese in Germany Euromonitor International (septiembre 2023).

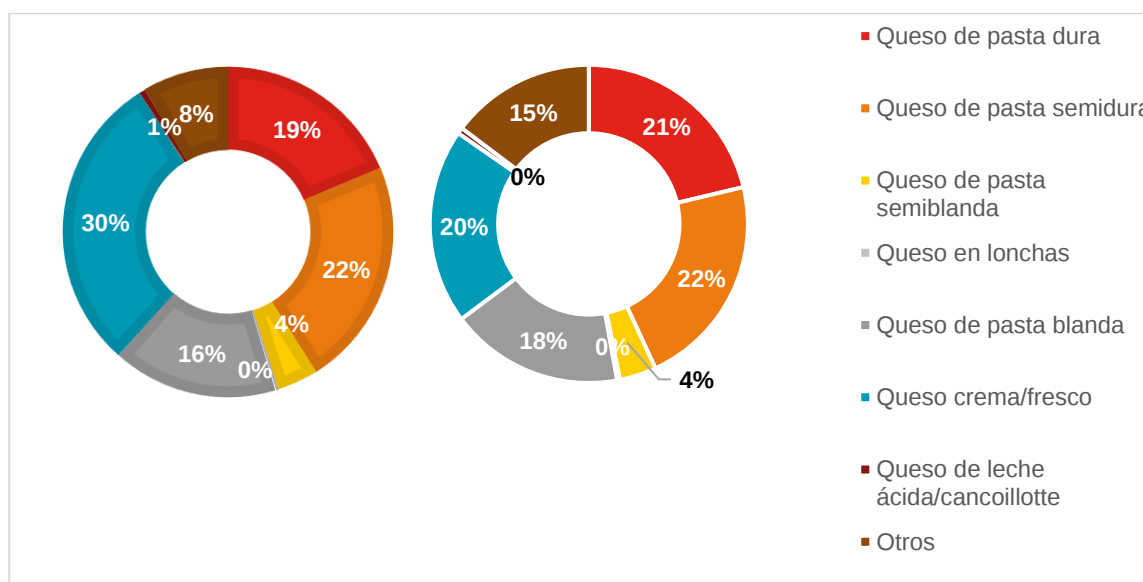
Queso crema/fresco	42,43	59,19	63,08	76,135	101,242	111,70	Nd	173,97 %
Queso de leche ácida/cançoillotte	1,70	2,27	2,64	2,37	3,419	3,42	Nd	91,06 %
Otros	45,39	60,84	58,95	71,88	82,721	82,68	Nd	82,15 %
TOTAL	290,84	374,19	390	450,68	555,14	562,89	Nd	93,54 %

Fuente: Markt Bilanz: Öko-Landbau 2022.

Por **tipos de queso**, el más relevante en términos de facturación en 2022 es el queso de pasta semidura. En unidades de peso es el queso crema/fresco con un 30 % de las ventas.

GRÁFICO 8. VENTAS DEL SUBSECTOR DEL QUESO DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN ALEMANIA EN 2022, POR TIPO DE QUESO

En porcentajes respecto al total, en unidades de peso (izquierda) y valor (derecha)



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de Markt Bilanz: Öko-Landbau 2020.

En una perspectiva interanual, todos los tipos de queso muestran una evolución positiva, a excepción del queso en lonchas que ha visto reducidas a más de la mitad sus ventas en volumen desde 2017. El queso crema, es el que ha experimentado un mayor crecimiento entre 2016 y 2021, con crecimientos acumulados por encima del 170 % tanto en unidades de peso como en valor.

El incremento en el consumo de alimentos ecológicos se ha visto impulsado en gran medida por la comercialización de productos “bio” por parte de las grandes cadenas del comercio organizado. Es asimismo relevante la relación que suele establecerse entre la producción ecológica y la regional.

Aunque un producto “bio” no necesariamente ha de ser regional, en la práctica es común enfatizar ambos aspectos juntos¹⁵.

4.3.2. Quesos de cabra y oveja

Aunque la mayor parte del queso consumido en Alemania se elabora con leche de vaca, **existe una demanda creciente de quesos elaborados con otros tipos de leche, como de cabra y de oveja**, que encadenan más de diez años de facturación creciente¹⁶.

Entre los atributos que diferencian estos quesos desde la perspectiva del consumidor alemán, destacan su percepción de estos quesos como una “alternativa saludable” a los de vaca, pero también su mayor precio.

Desde *Käse-Theke* se destaca la necesidad por parte de las marcas de queso de cabra y oveja de ganar notoriedad en la mente del consumidor, y de fomentar la degustación del producto en consumidores desconocedores del producto con el fin de aprovechar al máximo el potencial de crecimiento que ofrece.

icex

¹⁵ Como apuntan desde *Käse Theke*. Ausgabe 01/2021 (cit.): “No es ecológico ni sostenible producir productos bio y después transportarlos largas distancias para llegar al punto de venta”.

¹⁶ [Käse Theke](#).

5. Precios

Para llevar a cabo el análisis de precios, se han considerado dos aspectos fundamentales:

1. La amplia diversidad de quesos y marcas disponibles en los estantes y mostradores del comercio minorista alemán.
2. La escasa presencia de quesos españoles en estos establecimientos.

Con el fin de obtener una visión más completa de los precios, se ha realizado un análisis en dos fases. En primer lugar, se ha examinado la disponibilidad y los precios de los quesos en los estantes de diversos comercios minoristas, utilizando datos del *store-check* realizado. Por otro lado, se ha llevado a cabo una prospección directa en varios establecimientos y sitios web, enfocada exclusivamente en quesos españoles, con el fin de comparar y evaluar los precios de estos en el mercado alemán.

TABLA 19. PRECIO PROMEDIO POR GRUPO DE QUESO EN 2023

En euros por kilo

	Queso fresco/ de untar	Queso de pasta blanda	Queso de pasta dura	Otros quesos	Total
Precio promedio (€/kg)	9,62	11,49	10,79	8,97	11,05

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de *Euromonitor*

Considerando la información proporcionada por la Oficina Federal Alemana de Estadísticas, se observa que el índice de precios de los quesos ha sido más variable en los últimos cinco años en comparación con otros productos básicos de consumo. A pesar de esta volatilidad, se destaca que el índice de precios de los quesos ha experimentado un crecimiento más acelerado en comparación con el índice de precios al consumidor (IPC) general.

TABLA 20. ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMO DEL QUESO, SEGÚN GRUPOS

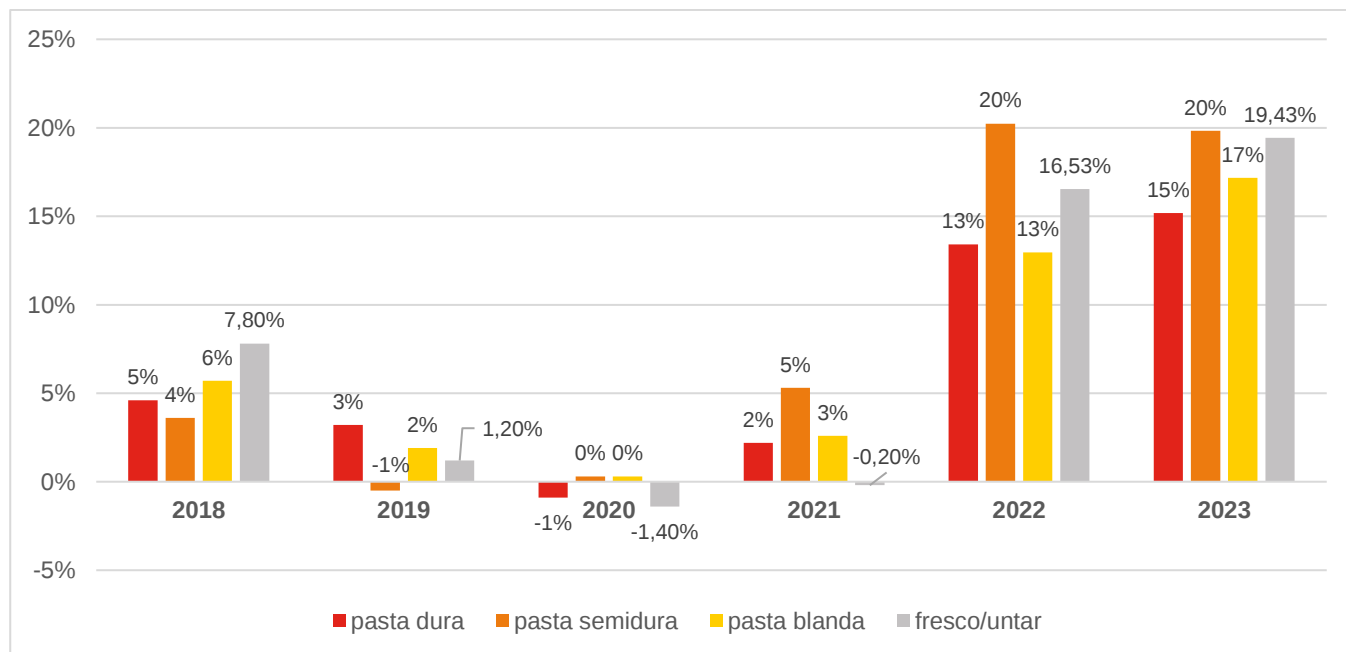
Base 2015=100

IPC	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Queso de pasta dura	98,8	107,1	112,3	116	115	117,53	133,29	153,54
Queso de pasta semidura	93,8	100,3	104	103,5	103,8	109,3	131,41	157,47
Queso de pasta blanda	98,4	101,8	108	110,1	110,4	113,27	127,95	150,69
Queso fresco/de untar	98,8	103,6	112,4	113,8	112,2	109,96	128,14	153,04

Fuente: elaboración propia, a partir del Gráfico 9 (Statista).

GRÁFICO 9. EVOLUCIÓN INTERANUAL DEL IPC PARA DISTINTOS GRUPOS DE QUESO

En variación porcentual respecto al IPC del año anterior



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de Statista.

Desde hace tres años se observa un incremento de los precios, especialmente en los quesos de pasta semidura y blanda. Todos los quesos analizados han tenido crecimiento en sus precios de entre el 40 % y 60 % en los últimos tres años.

En una perspectiva interanual, el año 2016 supuso una fuerte bajada de precios, especialmente para los de pasta semidura. Sin embargo, estos valores se recuperaron con **crecimientos durante los años 2017 y 2018**, seguidos de una desaceleración que cambia de manera acusada **a partir de 2021, disparándose los precios hasta valores que alcanzan incrementos por encima del 20 %**.

La Inflación ha tenido un impacto notable en la demanda de queso en Alemania, impulsando a los consumidores a sustituir las variedades de queso de mayor precio por alternativas más baratas. Tras un aumento de los precios de más del 20 % desde el primer trimestre de 2022, los consumidores están adoptando un nuevo enfoque en sus compras de queso. Una estrategia es optar por quesos nacionales más asequibles en lugar de especialidades importadas. Otra solución ha sido cambiar a marcas de queso de menor precio o elegir porciones más pequeñas de diferentes tipos de queso que ofrecen una mejor relación calidad-precio¹⁷.

¹⁷ Según *Cheese in Germany* Euromonitor International (septiembre de 2023).

Aunque la inflación influye en el consumo de queso, factores como las preferencias gustativas, las tradiciones culturales y la versatilidad del queso en diversas aplicaciones culinarias siguen desempeñando un papel importante en su demanda global. Por esta razón, los consumidores alemanes siguen disfrutando del queso, pero tienen que adaptar sus presupuestos de alimentación a un producto que ya se percibe como de precio elevado. Las variedades de queso importadas, como el gouda o la mozzarella italiana, siguen estando entre las más consumidas y apreciadas por los alemanes.¹⁸

5.1. Store-check: análisis de las muestras de queso español

Para llevar a cabo el *store-check*, se ha elegido una muestra representativa de operadores relevantes en los diversos canales de distribución alemanes. Estos incluyen el canal de descuento, comercio ecológico, puntos de venta *gourmet*, supermercados e hipermercados, tiendas especializadas, y *Cash & Carry*.

TABLA 21. MUESTRA DE ESTABLECIMIENTOS DEL STORE-CHECK 2024

Tipo de establecimiento	Referencias por canal	Establecimiento	Referencias por establecimiento
Gourmet organizado	12	EDEKA ZURHEIDE	10
		Karstadt	2
		REWE Fakhouri	0
Super/Hipermercado	0	REWE	0
Cash & Carry	25	METRO	25
Discounter	0	Aldi Süd	0
		Lidl	0
		Netto	0
Ecológico	1	Denn's Biomarkt	1
		Alnatura	0
Online	66	Mitte Meer	41
		Tölzer Käsladen	7
		Spanien Shop	18

¹⁸ Según *Cheese in Germany* Euromonitor International (septiembre de 2023).

Fuente: elaboración propia, a partir de datos del *store-check*.

TABLA 22. PRECIOS DEL QUESO ESPAÑOL (STORE-CHECK), SEGÚN TIPO DE QUESO

Tipo de queso	Grupo de quesos	N.º de muestras	Precio promedio 2021 (€/kg)	Precio promedio 2024 (€/kg)
Cabrales	Pasta semidura	2	39,71	48,85
Curado (genérico, mezcla vaca, cabra y oveja)	Pasta dura	15	18,53	36,06
Ibérico	Pasta dura/semiblanda	5	24,41	25,95
Mahón	Pasta dura/semiblanda	4	24,59	40,17
Manchego 3-6 meses	Pasta dura	17	25,17	38,85
Manchego +12 meses	Pasta dura	4	30,96	37,36
Queso de cabra	Pasta semiblanda/blanda	22	27,08	34,3
Queso de oveja	Pasta dura/semidura/semiblanda	29	27,83	34,25
Semicurado (genérico, mezcla vaca, cabra y oveja)	Pasta semidura	21	20,07	34,86
34,85 Tetilla	Pasta semidura	2	14,70	18,08
Trufado (cabra/oveja)	Pasta dura	2	33,35	40,7

Fuente: elaboración propia, a partir de datos del *store-check*.

El precio promedio de las muestras de queso español, según datos del *store-check* efectuado, es de **35,26 €/kg** lo que supone que los quesos españoles **se encuentran muy por encima del promedio de precios**. Por otro lado, del análisis de precios, es destacable que los tres quesos con mayor presencia en el marco del análisis efectuado (manchego, de leche cabra y de leche de oveja) tienen un precio superior a la media del conjunto analizado.

Entre estos tres tipos de queso, el manchego de 12 meses es el que **registra el precio promedio más alto**, situándose alrededor de los 37-39 € por kilogramo. Por otro lado, los quesos de leche de cabra y de leche oveja tienen un precio promedio de unos 34 € por kilogramo, aunque hay una considerable variabilidad en los precios según el producto analizado.

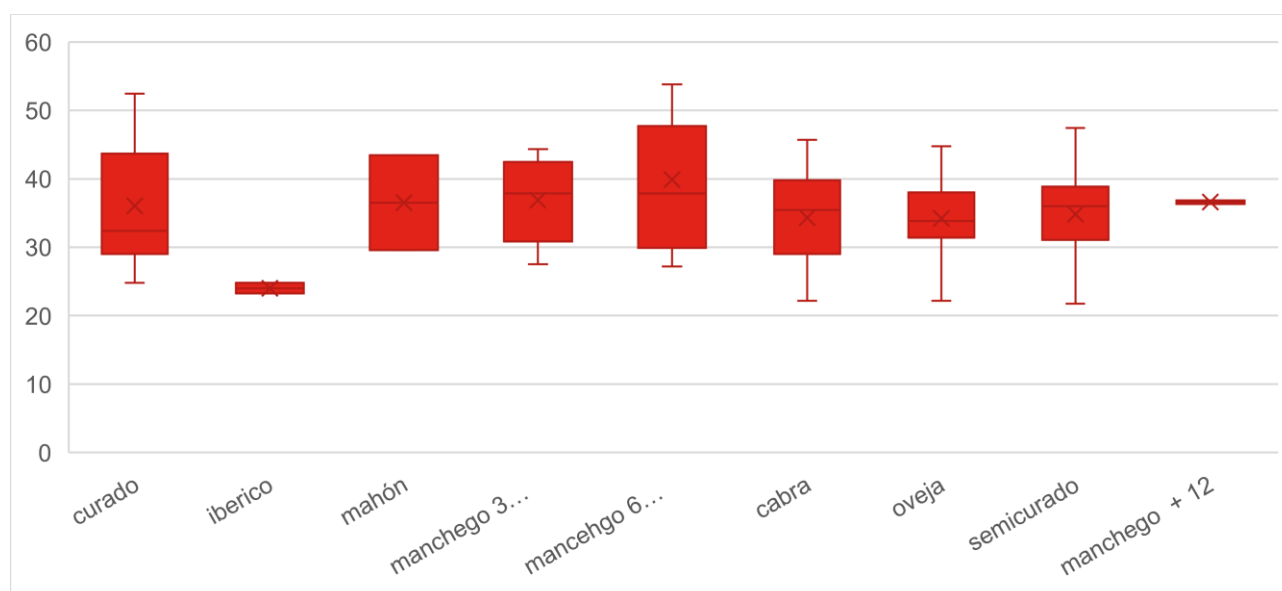
En lo que respecta a las variedades de queso con el precio más alto, destacan el cabrales, con un precio que ronda los 50 euros por kilo, y los quesos trufados. En el caso de los quesos semicurados, se observa una amplia disparidad de precios según la marca que puede oscilar entre 21,74 euros el kilo y 47 euros el kilo.

A pesar de las notables diferencias de precio dentro de cada tipo de queso analizado, **no se observa una tendencia clara hacia un mayor precio en función del canal de venta o la marca.**

Se observa para las muestras de queso de oveja analizados un precio más elevado en los formatos de venta más pequeños.

GRÁFICO 10. DISPERSIÓN DE PRECIOS POR TIPO DE QUESO ESPAÑOL, *STORE-CHECK* 2023

Precio medio (en euros por kilogramo) para cada tipo de queso analizado



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del *store-check*.

En el gráfico anterior se puede ver la disparidad de precios entre los distintos tipos de queso español. Algunos quesos, como el curado o el manchego de 6 meses tienen precios muy diferentes según la marca y el establecimiento, mientras que otros como el queso ibérico o el queso de oveja no varían mucho en sus precios. Este estudio viene condicionado por la poca presencia de quesos españoles en los establecimientos alemanes.

El queso ibérico muestra un precio más competitivo que los demás. El manchego de 6 meses muestra un precio ligeramente más alto al resto.

Como podemos observar, nuestro *store-check* refleja una media de 35 a 36 euros/kg para el queso español, siendo esto un precio superior al precio medio del queso en Alemania. Lo que puede suponer un posicionamiento de alta calidad para el queso español en comparación con los quesos de otros países.

6. Percepción del producto español

El consumidor alemán tiene un cierto conocimiento de los productos españoles de alimentación y bebidas, impulsado en gran medida por el turismo germano en España.

Según el informe [Las marcas españolas y el efecto país de origen: un estudio sobre su conocimiento y percepción en seis mercados prioritarios para la empresa española](#), elaborado por ICEX, el consumidor alemán considera que la “marca España” ofrece originalidad y autenticidad y, además, lo hace con una buena relación calidad-precio. Los productos españoles mejor valorados en el país germano son los agroalimentarios y las bebidas.

En cuanto a las marcas españolas, los alemanes las perciben como confiables y les atribuyen cualidades como “vibrantes” y “encantadoras”. Además, según el informe mencionado, estas marcas ganan mayor visibilidad en la mente del consumidor tras haber visitado España, y suelen recibir evaluaciones positivas, sobre todo en el ámbito de los productos alimenticios.

Sin embargo, en lo relativo al **queso**, hay **poco conocimiento del producto español** en Alemania, donde se asocia más el término “país de quesos” a grandes productores europeos como Francia, Países Bajos, Suiza o Italia¹⁹. Este desconocimiento está en línea con la reducida disponibilidad de quesos españoles en los lineales y mostradores de los comercios alemanes.

Una característica de los quesos españoles que tiende a destacarse entre los expertos del sector y en la prensa es la variedad de quesos de oveja y cabra y la elaboración de quesos a partir de mezclas de leche de vaca, oveja y cabra, así como las formas características de muchos de los quesos españoles, especialmente los cilíndricos y cónicos.

Por tipos de queso, se puede afirmar que el más presente en el comercio organizado es el **queso manchego**, aunque, en establecimientos más especializados en quesos, el surtido es más amplio y pueden encontrarse otras variedades de queso como ibérico, mahón, tetilla o majorero.

Por otra parte, grandes cadenas minoristas como **Aldi** o **Rewe** comercializan variedades internacionales de queso, entre las que se incluye el manchego, bajo **marcas de distribuidor** (*Gourmet* en el caso de Aldi y *Feine Welt* en el caso de Rewe).

Además, estos conjuntos de productos suelen ampliarse y actualizarse constantemente. Dado el significativo espacio que ocupan estas marcas en el mercado, según se detalla en el apartado 3.4,

¹⁹ Según descripciones de los principales países productores de queso de la empresa distribuidora [Heiderbeck Home - Heiderbeck GmbH](#).



se anticipa que jugarán un papel importante en la introducción de los quesos españoles incluidos en la selección al mercado alemán, así como en la promoción general de los productos españoles.

icex

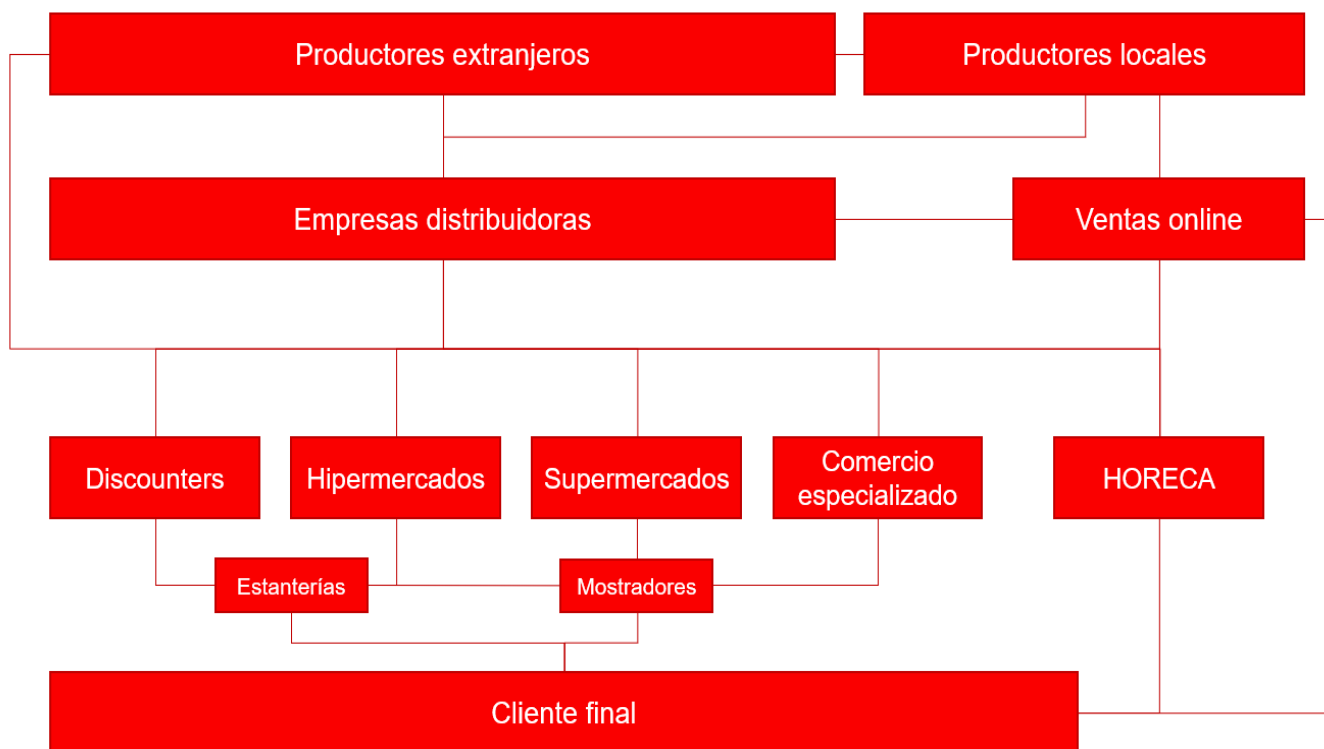
7. Canales de distribución

7.1. Estructura de la distribución

En el mercado alemán las **empresas distribuidoras** desempeñan un papel relevante en la introducción de quesos. Debido a la amplia variedad de productos disponibles en los estantes y la diversidad en los surtidos de diferentes comercios, los distribuidores manejan extensas carteras de productos, que suelen oscilar entre 1.000 y 4.000 referencias.

La mayoría de estas empresas emplean un sistema de preparación de pedidos llamado *cross-docking*, que consiste en la **preparación cruzada de pedidos**²⁰: en este, se agrupa la oferta de quesos, a menudo suplida por pequeños productores con productos altamente diferenciados, en *Knotenpunkte*: puntos de acceso a nivel nacional o regional para el traslado de la mercancía a la central logística del distribuidor.

GRÁFICO 11. ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCIÓN DEL QUESO EN ALEMANIA



Fuente: elaboración propia, a partir de datos de Euromonitor, *Lebensmittel Praxis* y *Lebensmittelzeitung*.

²⁰ Según datos de *Lebensmittelzeitung*.

El objetivo último de este sistema es extender la red logística a pequeños productores, mantener una oferta lo suficientemente amplia y hacer llegar el producto al punto de venta final de la manera más rápida y económica posible.

La forma más común de **envío de mercancías** a Alemania es por carretera, seguida del transporte marítimo (en el que sobresalen puertos como Hamburgo, Bremen, Rostock o Kiel): se calcula que el volumen de mercancías transportadas por vía terrestre es diez veces mayor que el que se manipula en los puertos marítimos.

7.2. Distribución del queso en el comercio minorista

En 2023, la gran mayoría (96,9 %) del queso que se distribuye en Alemania se pone a disposición del consumidor a través de los puntos de venta del comercio minorista organizado: **supermercados, hipermercados y tiendas de descuento**, con un claro liderazgo de estos últimos (41,4 % de la cuota de mercado expresada en unidades de valor), seguidos de los supermercados e hipermercados, con un 28,6 % y 16,5 % de cuota, respectivamente. Un 8,6 % se distribuye a través de tiendas especializadas y pequeños comercios independientes y el resto a través de otros establecimientos (como canal *online*, establecimientos de conveniencia y *retailers* multimodales).

TABLA 23. CUOTAS DE VENTA DE QUESO AL POR MENOR SEGÚN CANAL Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO (2023)

En porcentaje sobre las ventas totales de queso, en unidades de valor (precio en retail)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Canales minoristas	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
1.º venta al por menor, comercio estacionario	99,80 %	99,70 %	99,60 %	99,20 %	98,80 %	98,40 %
1.1 Minoristas de alimentación	97,90 %	97,90 %	98 %	97,20 %	97,20 %	96,90 %
1.1.1 Convenience Retail	0,80 %	0,90 %	0,80 %	0,80 %	0,80 %	0,80 %
1.1.2 Supermercados	25,90 %	26,60 %	27,50 %	27,80 %	28,20 %	28,60 %
1.1.3 Hipermercados	18 %	18 %	17,40 %	17,20 %	16,80 %	16,50 %
1.1.4 Discounters	41,40 %	41 %	41,80 %	41,70 %	41,40 %	41,40 %
1.1.5 Food/Tobaco/Drink Specialist	1,30 %	1,30 %	1,10 %	1,10 %	1,10 %	1 %
1.1.6 Comercio Independiente de alimentación	10,40 %	10,10 %	9,30 %	9,10 %	8,90 %	8,60 %
1.1.7 Grandes almacenes	1,90 %	1,80 %	1,60 %	1,50 %	1,60 %	1,60 %
2.º E-Commerce	0,20 %	0,30 %	0,40 %	0,80 %	1,20 %	1,60 %

Fuente: elaboración propia, a partir de datos de Euromonitor.

Aunque esta distribución de ventas se ha mantenido **relativamente estable** a lo largo de los últimos años, los supermercados están ganando cuota de mercado desde 2016, principalmente en detrimento de los hipermercados (que pierden 1,5 puntos porcentuales) y otros establecimientos comerciales.

En cuanto al **canal online para productos de alimentación**, todavía está poco desarrollado, pero muestra **cierto potencial de crecimiento**. En 2016, el comercio electrónico representaba sólo el 0,2 % de las ventas totales de queso. Sin embargo, tras un crecimiento constante año tras año, en 2023, la cuota de mercado ha aumentado hasta el 1,6 %, lo que representa nueve veces más que en 2016 según datos de Euromonitor. A pesar de este crecimiento, el queso sigue siendo uno de los alimentos menos populares para comprar en línea: en 2020, sólo el 22 % de los compradores de alimentos por Internet afirmaba haber adquirido productos lácteos por este canal, lo que lo convierte en el segundo dato más bajo del sector después de las frutas y hortalizas, según los últimos datos disponibles.²¹.

En el contexto de la pandemia de COVID-19, pudo apreciarse una cierta **tendencia al alza en el ecommerce** de quesos, que pasó de suponer el 0,1 % de las ventas en valor del sector hasta 2015 al 0,3 % en 2019 y 0,8 % en 2021, según datos de *Euromonitor*. Este crecimiento pudo englobarse en el fenómeno general de crecimiento de las ventas online en Alemania debido a la pandemia de COVID-19. No obstante, esta tendencia sigue desarrollándose hoy en día, indicando una posible transformación de las modalidades de venta en un futuro no tan lejano.

7.2.1. Modalidades de venta *in store*

Considerando la distinción entre las modalidades de venta mencionada en la sección 4, la comercialización de queso en el comercio minorista organizado se realiza, tanto en mostradores (llamados *Theken*) como en estanterías de autoservicio (*SB-Bereichen*).

Como se mencionó anteriormente, los consumidores alemanes prefieren comprar queso en el área de autoservicio, especialmente cuando se trata de quesos de pasta blanda y semiblanda. La facturación de quesos en esta modalidad puede ser hasta once veces mayor en el primer caso y siete veces mayor en el segundo. Sin embargo, esta diferencia es menos pronunciada en el caso de los quesos de pasta dura.

²¹ [Estudio de mercado. El mercado del comercio electrónico para alimentación en Alemania 2020.](#)

7.2.2. Formatos de venta de queso en el comercio minorista

NOTA DE MARKETING: SELLOS DE CALIDAD

Los **certificados de calidad y sellos** tienen una especial relevancia para el consumidor alemán. Existe una amplia variedad de distinciones, otorgadas por organizaciones internacionales, autoridades estatales, empresas y entidades independientes sin ánimo de lucro. En el caso del queso y su entorno productivo, los más relevantes son los siguientes:

Nombre

**Denominación de Origen
Protegida (D.O.P.) / Indicación
Geográfica Protegida (I.G.P.)**

Descripción

Protección otorgada en el seno de la Unión Europea a los productos que, por su vinculación a un área geográfica concreta o el saber hacer tradicional de una región, cuentan con unas características diferenciadoras. Si todo el proceso de producción tiene lugar en la región, se puede conceder la D.O.P. Si la vinculación es parcial, se optará por la I.G.P.

Logo



World Cheese Awards

Galardón entregado anualmente desde 1998 por la publicación británica *The Guild of Fine Food* como reconocimiento a los quesos de mejor calidad entre una base de concursantes presentados por los productores.



**Sellos Naturland, Bioland y
Demeter de producción
ecológica**

Distintivos concedidos por asociaciones alemanas sin ánimo de lucro a aquellos productos que cumplen los estándares de producción ecológica establecidos por cada una de ellas (referidas al bienestar animal, estado de los pastos, transporte de mercancías y animales...).



Sello europeo de producción ecológica

Logotipo otorgado desde 2010 en el ámbito de la Unión Europea a productos con un contenido mínimo del 95 % de ingredientes de origen ecológico.



Sello de la Unión Vegetariana Europea (EVU)

Certificado de calidad estandarizado y único otorgado la EVU (una organización no gubernamental e independiente) con el objetivo de permitir al consumidor el reconocimiento de forma clara y fiable de los productos vegetarianos y veganos.



Fuente: Elaboración propia.

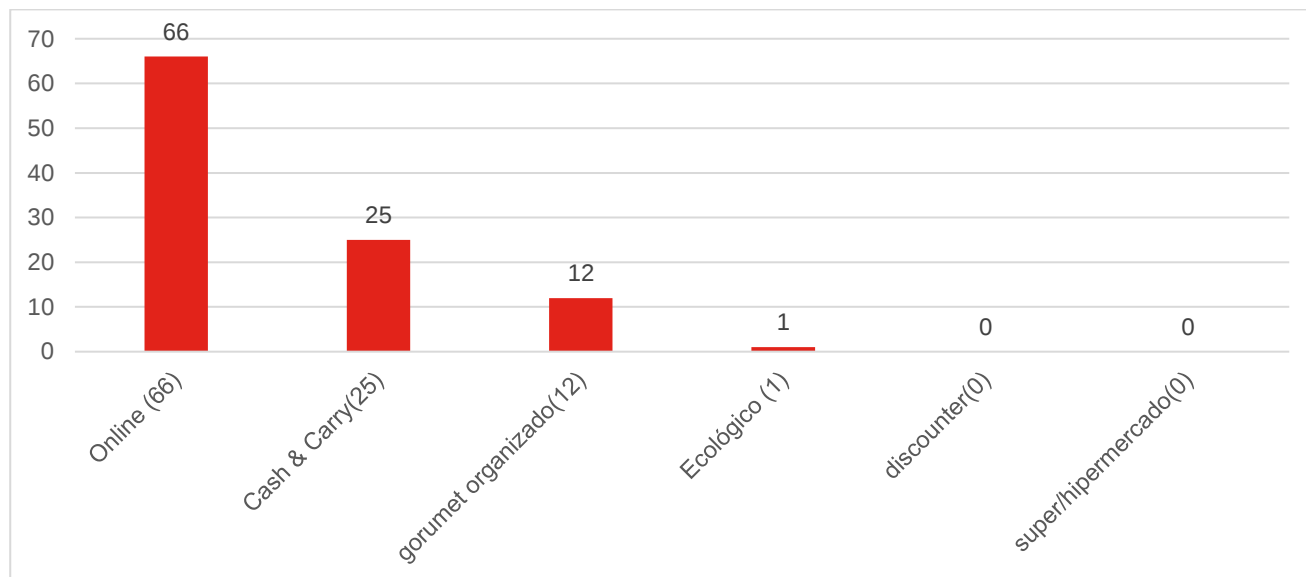
7.3. Store-check: distribución del queso español

De entre los canales analizados en el marco del *store-check* realizado, destaca el canal *online* como el de mayor presencia de muestras de queso español. Se trata de un canal donde se puede encontrar una amplia oferta de especialidades alimentarias extranjeras, con un número de referencias por categoría de productos superior al de la oferta en supermercados o hipermercados.

Si se tienen en cuenta los datos recabados, puede afirmarse que **la presencia de los quesos españoles es muy reducida en los establecimientos de venta de productos ecológicos ecológicos, *discounter* y supermercados e hipermercados**. Dentro de los establecimientos estacionarios analizados, la mayor presencia se ha detectado en el canal *Cash & Carry* (METRO, 25 referencias) y supermercados *gourmet* (EDEKA Zurheide, 10 referencias, y Karstadt con 2 referencias).

GRÁFICO 12. PRESENCIA DE LAS MUESTRAS DE QUESOS ESPAÑOLES ANALIZADOS SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO, 2023

En número de referencias identificadas



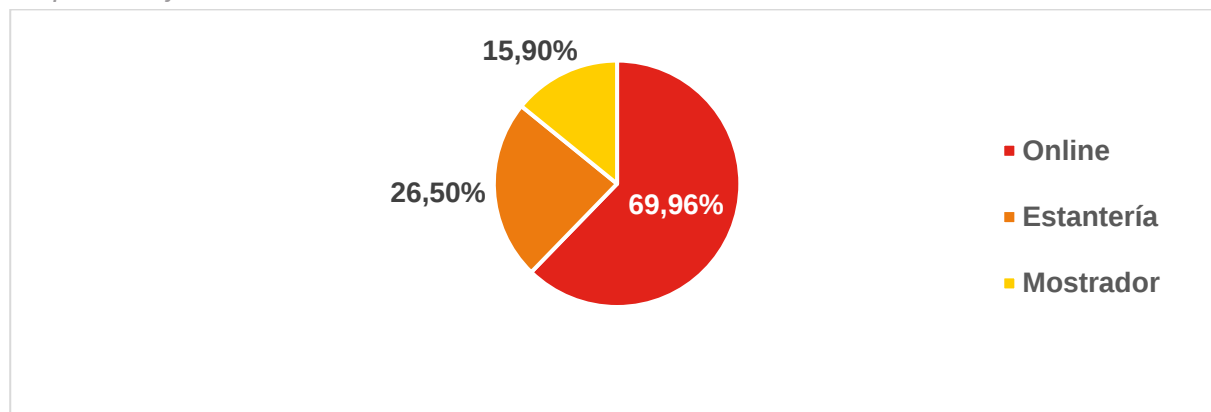
Fuente: elaboración propia, a partir de datos del *store-check*

La presencia de la oferta española atendiendo a su modalidad de venta también influye en su disponibilidad: en las estanterías de autoservicio siendo la presencia de quesos distintos al Manchego muy reducida. Si se acude a los mostradores de venta, el surtido crece ligeramente (queso Ibérico, queso de leche de cabra, queso de leche oveja y tetilla) y, además, se informa más explícitamente del origen del producto.

La mayor variedad de quesos identificados en el marco del *store-check* se encuentra en el comercio especializado y, en particular, en el **canal online**.

GRÁFICO 13. PRESENCIA DE LOS QUESOS ESPAÑOLES SEGÚN CANAL DE DISTRIBUCIÓN IN STORE

En porcentaje sobre el total de referencias identificadas



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del store-check.

De acuerdo con los datos recabados, en el comercio estacionario predominan las **marcas de fabricante**, tanto en mostradores como en estanterías de autoservicio. La gran mayoría de las marcas de queso identificadas pertenecen a esta categoría.

Es relevante mencionar la notable presencia de **marcas comerciales** en las estanterías de autoservicio de ciertos establecimientos de gran consumo. Durante el store-check realizado, se identificaron dos marcas de distribuidor: **España Olé** y **Viva España**, pertenecientes al Cash & Carry del grupo METRO. Estas marcas de queso se especializan principalmente en manchego, aunque también incluyen quesos ibéricos en su oferta.

En lo relativo a los **formatos de compra** identificados, la venta del queso español se efectúa mayoritariamente en envases de entre 200 y 299 (predominantemente 250) gramos.

En este contexto hay que tener en cuenta que la venta de quesos **sin envasar** en el mostrador permite seleccionar formatos de compra a medida, y que la medida más común para expresar **el precio es en euros por cada 100 gramos**.

Considerando las muestras analizadas en las estanterías de **autoservicio**, los envases contienen entre 130 y 330 gramos, con un peso promedio de 225 gramos. Esta variedad de formatos se expande considerablemente en la oferta en línea, donde se pueden encontrar unidades de hasta 3 kilogramos. No obstante, los envases **más comunes** en la venta **online** son de 200 o **250 gramos**.

TABLA 24. FORMATOS MÁS COMUNES DE VENTA DE QUESO EN ALEMANIA

En repeticiones de formato respecto al total del conjunto y por tipos de queso

Formato	Frecuencia	Propor ción	Tipo de queso						
			Manchego 3-6 meses	Manchego 12 meses	De cabra	De oveja	Ibérico	Bandeja (varios)	Vaca
100-149 gr	3	4,41 %	0	0	1	1	0	1	0
150-199 gr	9	13,23 %	1	0	3	5	0	0	0
200-249 gr	10	14,7 %	4	1	1	0	0	1	3
250-299 gr	25	36,76 %	7	1	6	4	6	0	1
300-499 gr	8	11,76 %	2	0	0	4	0	1	1
500-749 gr	8	11,76 %	0	0	5	1	2	0	0
750-1 000 gr	5	7,35 %	3	0	0	0	1	0	1
Total	68	100 %	17	2	16	15	9	3	6

Fuente: elaboración propia, a partir de datos del *store-check*.

Si se toma en consideración la variedad de **formatos de compras** analizados, la muestra representativa del *store-check* informa sobre la disponibilidad mayoritaria en los lineales de envases de menos de 250 gramos y la presencia prácticamente residual de quesos vendidos con formatos de 1 kilogramo.

De los datos recabados en el *store-check* se extrae que los formatos de venta más comunes para los quesos españoles analizados en los establecimientos del *retail* moderno son de entre 100 y 125 gramos para los quesos de pasta dura sin envasar; de 150 gr para quesos de pasta dura envasados y entre 150 y 200 para quesos de untar. La mayor variación de formato se da en los quesos de pasta blanda, cuyo envase más común oscila entre 125 y 250 gramos.

8. Acceso al mercado – Barreras

Dado que Alemania es un Estado miembro de la Unión Europea desde su fundación, **no existe ningún tipo de barrera arancelaria** para los quesos procedentes de España. Derivado de esta membresía, no existen tampoco requerimientos específicos para la comercialización de quesos españoles en el mercado alemán, siempre que cumplan las exigencias de producción y sanitarias derivadas de la regulación española en la materia.

Es importante tener en cuenta la necesidad, derivada del Derecho de la Unión Europea, de **traducir al alemán el etiquetado**, de forma que el cliente conozca los ingredientes, cantidad neta, valor nutricional, presencia de alérgenos y fecha de consumo preferente²².

Respecto a la regulación alemana aplicable a la materia, es necesario hacer alusión al ya mencionado **Reglamento del Queso** (*Käseverordnung*, ver Capítulo 2). Este hace referencia a los siguientes requisitos de comercialización de quesos extranjeros y etiquetado:

Artículo 28: Quesos y derivados de queso extranjeros

- (1) Los quesos y derivados de queso producidos fuera del ámbito de aplicación de este Reglamento podrán comercializarse, aunque no cumplan con los requisitos establecidos en el mismo, siempre que se produzcan de acuerdo con las leyes del país de origen y sean susceptibles de comercialización en origen, sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo (3).
- (3) Los quesos y derivados de queso producidos en el extranjero que no cumplan con los requisitos de producción establecidos en este Reglamento únicamente podrán comercializarse si cumplen con las normas de marcado dispuestas en los artículos 14 a 17 o se exponen claramente las discordancias con dicha regulación en el envase o en la etiqueta. Dicha referencia deberá darse en la denominación de venta, siempre que no induzca al consumidor a error acerca de los ingredientes. Además de la denominación de venta según el artículo 14.2, puede utilizarse el nombre comercial del país de origen.

*Artículo 14: Disposiciones generales*²³

- (1) Los quesos y derivados de queso únicamente podrán comercializarse si se han etiquetado conforme a lo establecido en este Reglamento. Son de aplicación el artículo 9 del Reglamento de Etiquetado de Alimentos y el artículo 9 del Reglamento de Aprobación de Aditivos

²² Según lo dispuesto en el [Reglamento \(UE\) 1169/2011](#).

²³ Debido a la extensión de este artículo, el contenido no se ha reproducido de forma exacta, sino que se trata de una síntesis.

(2) El etiquetado deberá contener:

1. La denominación de venta del queso
2. El nombre del productor o de la empresa productora, del envasador o un intermediario establecido en la UE o en otro país signatario del EEA.
3. Los ingredientes (salvo la propia leche, enzimas y sal de mesa).
4. La fecha de consumo preferente, y si necesita ser conservado en frío (*gekühlt*).
5. En caso de emplear leche de animales distintos de la vaca, la especie de la que se haya obtenido.

*Artículo 15: Disposiciones adicionales para el etiquetado de quesos*²⁴

(1) En el caso particular de los quesos, el etiquetado también deberá contener:

1. El nivel de materia grasa o su contenido de materia grasa en el queso, descontado el contenido de agua. Si no es posible especificar el contenido de grasa, deberá especificarse *mindestens ... % Fett. I Tr.* (al menos... % de materia grasa en seco), con excepción de los “quesos de leche agria”.
 - 1.a. En el caso de los quesos frescos que contengan más de un 82 % de agua en peso, deberá incluirse la expresión *wassergehalt mehr als 82 %* (contenido en agua mayor al 82 %). Se exceptúan las variedades estándar enumeradas en el anexo 1.

(2) Si el queso se comercializa rallado, deberá indicarse la denominación «queso rallado» junto a la mención “fabricado a partir de...” o, si solo se emplea un tipo de queso, la denominación del tipo de queso junto a la mención “rallado”. Si se comercializara una mezcla de varios tipos de queso, el contenido en materia grasa mencionado en el apartado 1.1. se referirá al conjunto del producto.

(5) Los quesos de pasta dura, semidura y semiblanda cubiertos con materiales y objetos de plástico en contacto con los alimentos solo podrán comercializarse si se incluye clara y legiblemente la expresión *Kunststoffüberzug nicht zum Verzehr geeignet* (recubrimiento plástico no apto para consumo humano).

(6) En caso de que se reduzca el contenido de lactosa de un queso o de un producto elaborado con queso, la indicación de “producto sin lactosa” sólo podrá darse si el contenido de lactosa es inferior a 0,1 gramos por cada 100 gramos de producto final.

El **impuesto sobre el valor añadido** alemán (*Mehrwertsteuer*, Mwst.) aplicado al queso es el llamado “reducido” que se fija en el 7 %²⁵.

Por último, respecto a la **protección de la propiedad industrial**, las denominaciones de origen protegidas y las indicaciones geográficas protegidas de queso concedidas conforme al Derecho español son válidas y oponibles en toda la Unión Europea, incluida Alemania.

²⁴ Reproducción no literal del artículo.

²⁵ Según comunicado del [Gobierno Federal de Alemania](#).



Sin embargo, para la **protección de una marca española en el mercado alemán**, se recuerda la necesidad de realizar alguna las siguientes acciones:

- a) Registrar la marca en la [Oficina Alemana de Patentes y Marcas](#) (*Deutsches Patent- und Markenamt*), con cobertura únicamente en el mercado alemán, a partir de 300 EUR.
- b) Registrar la marca como marca de la [Unión Europea ante la Oficina Europea de la Propiedad Intelectual](#) (Alicante), con cobertura en toda la Unión Europea, a partir de 850 EUR.
- c) Registrar la marca en la [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual](#) (Ginebra) con una cobertura que puede abarcar prácticamente todo el mundo, a partir de 1.000 CHF (aunque si se desea cobertura mundial, esta cifra puede incrementarse exponencialmente).

icex

9. Perspectivas del sector

Una de las tendencias actuales en el consumo de queso se enmarca en el **aumento del interés de los consumidores por los productos ecológicos**, siendo los lácteos ecológicos los más demandados en general. La preocupación por una alimentación saludable y sostenible, así como por apoyar a la producción local, está impulsando las ventas de queso “Bio”. Esto crea una oportunidad favorable y un nicho de mercado para los productores españoles de quesos ecológicos, aunque éstos principalmente se comercializan a través de canales especializados en productos ecológicos y no tanto a través de los establecimientos minoristas tradicionales.

Los quesos ecológicos, regionales y sostenibles serán la clave del crecimiento futuro. En Alemania se espera que el desarrollo futuro del queso ecológico y regional, junto con la preocupación por la sostenibilidad, cobre mayor impulso. Los consumidores locales son cada vez más conscientes del impacto medioambiental de sus elecciones alimentarias y buscan productos que se ajusten a sus preocupaciones por la sostenibilidad. La demanda de queso ecológico se topó con un obstáculo cuando la inflación hizo subir aún más los precios, pero **sigue siendo uno de los principales intereses** de los consumidores a la hora de adquirir productos de origen animal²⁶.

Los consumidores alemanes **aprecian mucho los productos regionales y de producción artesanal**. En el futuro, es probable que se siga haciendo hincapié en el apoyo a los queseros locales y la pequeña escala que producen quesos de alta calidad distintivos de la región. Esto puede implicar iniciativas que promuevan las variedades regionales de queso, fomenten la colaboración entre productores y minoristas locales y destaquen las características únicas de la oferta quesera de cada región.

También es relevante la tendencia hacia un **mayor consumo de queso de pasta dura**, así como el crecimiento del mercado de quesos de cabra y oveja, oportunidades que los quesos españoles podrían aprovechar. Sin embargo, existe un desconocimiento generalizado sobre los productos españoles y su presencia en los estantes de las tiendas es actualmente muy limitada.

Hay un **crecimiento dinámico del queso de pasta blanda**²⁷ impulsado por la evolución de las ocasiones de consumo. La demanda de pasta blanda crece en 2023 en Alemania, influida por la evolución de las tendencias alimentarias, la diversidad culinaria y cultural y la diversificación de las ocasiones de consumo. Asimismo, los quesos de pasta filata, como la mozzarella y también el feta, siguen ganando popularidad entre los consumidores locales. Esto se debe a las **influencias**

²⁶Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).

²⁷Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).

internacionales de cocinas populares como la Italia y la mediterránea y a la versatilidad de estos tipos de queso como ingredientes de pizzas, pasta, ensaladas o platos de *mezze*.

El queso de pasta blanda también se percibe como una alternativa más sana al queso curado duro, debido a su menor contenido en grasa y sodio. Además, el queso para gratinar (que puede ser semiduro) también está contribuyendo a este mayor consumo²⁸. El halloumi ofrece una textura única que permite asarlo o freírlo sin que se derrita, lo que lo convierte en la opción favorita de los aficionados a la parrilla. Esto apunta a que **las reuniones sociales impulsan una mayor demanda**.

Para poder adaptarse a las demandas actuales del mercado, **los fabricantes de queso de untar aparecen con ofertas innovadoras**. Como ya hemos visto, los consumidores locales buscan **opciones más cómodas y versátiles** para picar y cocinar, demanda a la que el queso blando de untar responde correctamente. Este formato de queso ha experimentado un auge en la innovación de productos, dando lugar a una amplia gama de sabores y texturas.

Los fabricantes de quesos están introduciendo combinaciones creativas de hierbas, especias, verduras e incluso frutas para satisfacer los gustos más diversos. Esta innovación está ampliando las opciones disponibles para los consumidores, ofreciéndoles una variedad de opciones adecuadas para diferentes ocasiones y aplicaciones culinarias²⁹.

El queso de untar ofrece comodidad y versatilidad, lo que lo convierte en una opción popular para comidas rápidas y sin esfuerzo. La eficiencia de las estrategias de *marketing* y marca también ha desempeñado un papel crucial en el crecimiento del queso para untar en Alemania.

Las marcas se están centrando en el **posicionamiento del producto**, destacando su versatilidad, perfiles de sabor y sugerencias de uso para atraer a los consumidores. Los llamativos diseños de los envases, las campañas promocionales y las colaboraciones con chefs o personas influyentes en el mundo de la alimentación han contribuido a darlas a conocer y a despertar el interés de los consumidores³⁰.

En este contexto cabe destacar la posición actual que ocupan los productos españoles en el mercado: la escasa presencia de la oferta española, unida a que la mayor parte del queso español se vende a través de los mostradores, supone **una visibilidad y una cifra de ventas efectiva inferior a la de su potencial comercial**.

Con el fin de mejorar el posicionamiento de los quesos españoles en el mercado alemán, sería deseable **estimular la presencia en establecimientos de gran consumo**, incluso bajo la marca

²⁸ Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).

²⁹ Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).

³⁰ Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).



de distribuidor, y buscar una mayor notoriedad de los productos españoles en la mente del consumidor.

En este sentido, se recuerda la importancia de las **actividades de promoción** y la información y adiestramiento del personal de venta, que no solo debe conocer el producto, sino también poder transmitir la información al consumidor. Además, también sería recomendable la obtención de sellos que certifiquen el origen sostenible y de calidad del queso.

icex

10. Oportunidades

El mercado del queso en Alemania **está saturado y es altamente competitivo**; aunque experimenta un crecimiento positivo, la amplia variedad de quesos disponibles en los establecimientos dificulta la entrada de nuevas marcas. La mayoría de los consumidores optan por productos de marcas establecidas y de gran rotación, con una demanda limitada de especialidades que ofrezcan un alto valor agregado en términos de elaboración, ingredientes u origen. La alta demanda de queso en este mercado se debe en gran medida a su papel central en la dieta de las familias alemanas, que suelen disfrutar de cenas frías a base de quesos y embutidos. No se trata de una ocasión de consumo *gourmet* sino de un consumo de queso con una relación asequible de precio/calidad.

Es probable que esta tradición perdure en el tiempo, y la oportunidad radica en dirigir la demanda hacia variedades de queso de países menos conocidos como productores de una amplia gama de quesos de alta calidad, como España.

Por otro lado, **las especialidades de queso pueden ser estratégicas para retener a los consumidores**³¹. La demanda de quesos especiales ha crecido en Alemania y se espera que siga creciendo a futuro. Entre los consumidores alemanes considerados *gourmands* existe un nicho para quesos **con características** específicas como variaciones regionales, técnicas específicas de maduración o ingredientes únicos, ya que valoran la diversidad e individualidad que estos tipos de queso aportan a sus experiencias culinarias.

La población alemana es cada vez más multicultural³², lo que influye notablemente en las preferencias alimentarias y los hábitos de consumo de los ciudadanos. La influencia de la cocina global, como la italiana, la francesa y la española, entre otras, ha familiarizado a los consumidores con una gama más amplia de especialidades de quesos. El comercio ha respondido a esta creciente demanda ampliando su oferta de productos y dedicando espacio en las estanterías a estas opciones únicas. Los mostradores de especialidades de quesos, las secciones *gourmet* y los mercados semanales son cada vez más habituales, lo que permite a los consumidores acceder a una selección más amplia.

³¹ Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).

³² Según informe *Cheese in Germany* (Euromonitor international 2023).

11. Información práctica

11.1. Ferias del sector en Alemania

En este apartado, debe tenerse presente que un gran número de las ferias convocadas en Alemania tienen prevista su realización *online*, o que su celebración presencial está supeditada a la situación de control que se tenga sobre la incidencia de la COVID-19 en el país.



ANUGA

La principal feria para profesionales del sector alimentario en Alemania, celebrada bienalmente en la ciudad de Colonia. Cuenta con una sección dedicada a productos lácteos. Es una feria con un carácter marcadamente internacional (alrededor del 94 % de las empresas son extranjeras) que, en 2023, reunió a 140.000 asistentes (el 80 % extranjeros).

- Ubicación: Köln Messe (Messeplatz, 1, 50679 Colonia)
- Fechas: del 4 al 8 de octubre de 2025.
- Participación española: Pabellón Oficial ICEX en 2023.
- Sitio web: <https://www.anuga.com/>

BIOFACH

Celebrada anualmente en Núremberg, BIOFACH es una de las principales plataformas de promoción de productos ecológicos en el país. Con un número de asistentes que suele rondar los 35.000 y alrededor de 2.550 expositores en 2024 (de 94 países) presenta una clara vocación internacional, énfasis en productos vegetarianos y participación mayoritaria de importadores/mayoristas y minoristas.

- Ubicación: NürnbergMesse (Messezentrum, 1, 90471 Núremberg)
- Fechas: del 11 al 14 de febrero de 2025
- Participación española: Pabellón Oficial de ICEX, Stand del Ministerio de Agricultura, stand de la FIAB, CC.AA.
- Sitio web: <https://www.biofach.de/>





CHEESE BERLIN

Feria especializada en el sector del queso artesanal y ecológico en Berlín. De un tamaño menor que las anteriores, se celebra anualmente desde 2012 y se encuentra abierta al público en general. En la edición de 2019, acudieron 38 expositores: queseros, distribuidores y negocios afines a nivel nacional y europeo. Se encuentra abierta al público en general.

- Ubicación: Markthalle Neun (Eisenbahnstr. 42/43, 10997 Berlín)
- Fechas: 3 de noviembre de 2024
- Participación española: no consta
- Sitio web: <https://cheese-berlin.de/>

11.2. Publicaciones del sector

LEBENSMITTEL ZEITUNG

Publicación líder en el mercado alemán, especializada en la producción y distribución de alimentos en el canal minorista. Entre sus contenidos se encuentran noticias, informes de mercado y análisis de estrategias de *marketing*. Fundada en 1948, cuenta con una tirada semanal de más de 40.000 ejemplares, bajo suscripción (disponible también *online*).



- Sitio web: <https://www.lebensmittelzeitung.net/>
- Precio de la suscripción (orientativo): 539 €/año.



DEUTSCHE MOLKEREI ZEITUNG (DMZ)

Publicación especializada en el sector lácteo alemán. Fundada en 1879, se trata de una revista B2B orientada proporcionar información de mercado a los directivos y prescriptores de empresas lácteas y queseras en Alemania, con énfasis en la orientación de decisiones técnicas, de compras, *marketing* y logística. Cuenta con alrededor de 4.200 suscriptores, y se publica en Alemania y países vecinos.

- Sitio web: <https://www.deutsche-molkerei-zeitung.de/>
- Precio de la suscripción (orientativo): 395,90 €/año.

KÄSE-THEKE

Publicación bimestral especializada en el sector del queso en Alemania, editada por B&L Mediengesellschaft (editorial especializada en el sector agroalimentario). La revista se centra en las tendencias del producto y en la oferta/demanda de éste. Se calcula que alrededor de 10.000 personas son destinatarias de la publicación, a quienes se ofrece la opción extra de información especializada y asesoramiento de mercado.



- Sitio web: <https://www.blmedien.de/blmedien/Verlagsprogramm/Fachzeitschriften/KÄSE-THEKE/>

11.3. Asociaciones del sector



MILCH INDUSTRIE VERBAND (CONFEDERACIÓN DE LA INDUSTRIA LÁCTEA)

La principal asociación de la industria lechera a nivel federal se encarga de proporcionar información de mercado, mediar entre sus miembros y ejercer como mediador entre los distintos grupos de interés de la industria láctea en Alemania. Se calcula que alrededor del 95 % de la producción de lácteos en Alemania y el 95 % de su exportación corresponde a empresas de la asociación.

- Ubicación: Jägerstraße 51, 10117 Berlín
- Sitio web: <https://milchindustrie.de/>
- Teléfono: +49 (0) 30 4030445-0
- Correo electrónico: info@milchindustrie.de

12. Anexos

12.1. Anexo 1: Clasificación de quesos españoles según el Reglamento del Queso de 1986

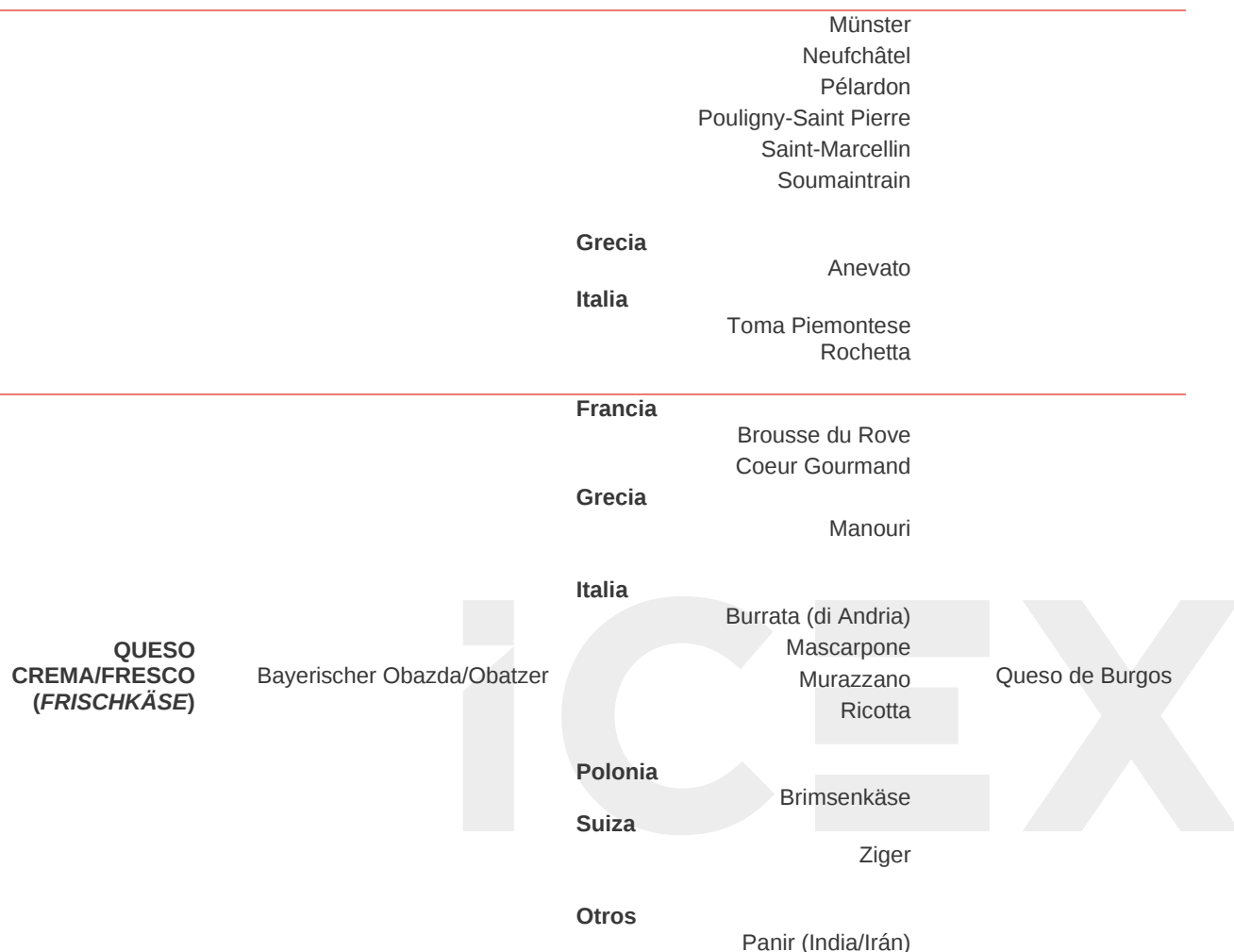
TABLA 25. CLASIFICACIÓN DE QUESOS ESPAÑOLES Y COMPETIDORES SEGÚN EL REGLAMENTO DEL QUESO DE 1986

Grupo de quesos	Quesos competidores alemanes	Quesos competidores extranjeros	Quesos españoles
QUESO DE PASTA DURA (HARTKÄSE)		Austria	
		Alpkäse	
		Urtyroler	
		Dinamarca	
		Svenbo	
		Francia	
		Abondance	
		Beaufort	
		Comte	
		Grecia	
		Gaviera (Agrafon, Kritis, Naxou)	
		Kefalotyri	
		Italia	
		Assiago d'Avello	Arzúa-Ulloa
		Cacciocavallo	D.O. Idiazábal
QUESO DE PASTA SEMIDURA (HALBFESTER SCHNITTKÄSE)		Fiore Sardo	D.O. Mahón
		Grana Padano	Gramoneu/Gramoneda
		Montasio	Ibérico
		Parmigiano	Manchego
		Reggiano/Parmesano	Queso de los Beyos
		Pecorino	Queso Picón Bejes-Tresviso
		Países Bajos	
		Favorel	Roncal
		Reino Unido	
		Cheddar	Rozagás
		Cheshire	
		Chester	
		Double Gloucester	
		Suiza	
		Alpkäse	
		Bergkäse	
		Otros	
		Kashkaval (Bulgaria/Macedonia)	
		Dubliner (Irlanda)	
		Colbykäse (EE. UU.)	
		Jarlsberg (Noruega)	
		Herrgard (Suecia)	
QUESO DE PASTA SEMIDURA (HALBFESTER SCHNITTKÄSE)		Dinamarca	
		Esrom	
		Havarti	
		Samsø	
QUESO DE PASTA SEMIDURA (HALBFESTER SCHNITTKÄSE)		Francia	
		Bleu d'Auvergne	
			Queso de l'Alt Urgell y de la Cerdanya
			Cabrales
			Queso de Cantabria

	Steinbuscher Weißacker		Bleu de Gex /Haut-Jura Bleu de Bresse Chevrotin Raclette Reblochon Roquefort Saint Nectaire	Queso de El Carballo Queso de Pría Queso gallego Cuevas del Mar D.O. Tetilla Peñamellera Rozagás Vidiago
		Grecia		
			Batzos Feta Kasseri	
		Italia		
			Bel Paese Fontina Gorgonzola Italico Serpentino	
		Polonia		
		Reino Unido	Podhalanski Blue Stilton	
		Suiza		
		Otros	Klosterkäse Raclette	
			Salguni (Georgia) Halloumi (Grecia/Israel/Líbano/Turquía) Ridder (Noruega)	
		Austria		
		Dinamarca	Geheimratskäse	Queso de Arangas Queso de Murcia al vino Ibérico
		Francia	Danbo	
		Italia	Cantal	Queso de la Serena Queso majorero de Fuerteventura D.O. Ibóres D.O. Mahón Gaztazarra Gramoneu/Gramoneda Grazalema Mallorquín Miranda San Simón da Costa Servilleta Tronchón
QUESO DE PASTA SEMIBLANDA (SCHNITTKÄSE)	Holsteiner Tilsiter Steppenkäse	Países Bajos	Fontina Edamer Gouda Kernhem Maasdamer	
		Reino Unido		
		Suiza		
		Otros	Appenzeller	
			Grevé (Suecia)	
QUESO DE LECHE ÁCIDA (SAUERMILCH- KÄSE)	Harzer Käse Hessischer Händkäse Niehmer Käse	Austria	Gelundener Käse	-
		Bélgica		
QUESO DE PASTA BLANDA (WEICHKÄSE)	Altenburger Ziegenkäse Limburg Odenwalder Frühstückkäse Romadur	Francia	Herver Käse Limburg Romadour Langres Marolles Montbriac Bleu	Afega l'Pitu Arzúa-Ulloa Queso de Los Carriles Queso Nata de Cantabria Queso de Peña Tú Torta del Casar



EL MERCADO DEL QUESO EN ALEMANIA



Fuente: Elaboración propia a partir de *Estudio de Mercado: El mercado del queso en Alemania 2007*, Lebensmittel Lexikon y [Alles über Käse](#).

12.2. Anexo 2: Subpartidas NC de la subpartida arancelaria 04 06 90

TABLA 26. SUBPARTIDAS NC DE LA SUBPARTIDA 04 06 90

Código	Título
04 06 90	Queso (excepto...)
04 06 90 01	Queso para elaboración (excepto queso fresco, incluido el queso de suero de leche, requesón, queso fundido, queso con vetas azules y otros quesos con vetas producidas por <i>Penicillium roqueforti</i> y queso rallado o en polvo)
04 06 90 13	Emmental (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 15	Gruyère y Sbrinz (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 17	Bergkäse y Appenzell (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 18	Fromage fribourgeois, Vacherin Mont d'Or y Tête de Moine (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 21	Cheddar (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 23	Edam (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 25	Tilsit (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 29	Kashkaval (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 32	Feta (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 35	Kefalo-Tyri (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 39	Jarlsberg (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 50	Queso de oveja o de leche de búfala, en recipientes con salmuera o de piel de oveja o de cabra (excepto el queso feta)
04 06 90 61	Grana Padano y Parmigiano Reggiano, con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa ≤ 47 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 63	Fiore Sardo y Pecorino, con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa ≤ 47 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 69	Queso con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa ≤ 47 %, n.e.s.
04 06 90 73	Provolone con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa > 47 % pero ≤ 72 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 74	Maasdam con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa > 47 % pero ≤ 72 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 75	Asiago, Caciocavallo, Montasio y Ragusano, con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido de agua, en peso, de materia no grasa > 47 % pero ≤ 72 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 76	Danbo, Fontal, Fontina, Fynbo, Havarti, Maribo y Samsø, con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido de agua, en peso, de materias no grasas > 47 % pero ≤ 72 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 78	Gouda, con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido de agua, en peso, de materias no grasas > 47 % pero ≤ 72 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 79	Esrom, Italico, Kernhem, Saint-Nectaire, Saint-Paulin y Taleggio, con un contenido de grasa en peso ≤ 40 % y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa > 47 % pero ≤ 72 % (excepto rallado, en polvo o para transformación)

04 06 90 81	Cantal, Cheshire, Wensleydale, Lancashire, Double Gloucester, Blarney, Colby y Monterey, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido de agua, en peso, de materia no grasa $> 47\%$ pero $\leq 72\%$ (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 82	Camembert, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa $> 47\%$ pero $\leq 72\%$ (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 84	Brie, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa $> 47\%$ pero $\leq 72\%$ (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 85	Kefalograviera y Kasserí, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa $> 47\%$ pero $\leq 72\%$ (excepto rallado, en polvo o para transformación)
04 06 90 86	Queso, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa $> 47\%$, pero $\leq 52\%$, n.e.s.
04 06 90 89	Queso, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido en agua, en peso, de materia no grasa $> 52\%$ pero $\leq 62\%$, n.e.s.
04 06 90 92	Queso, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido en agua, en peso, de materias no grasas de $> 62\%$ pero $\leq 72\%$, n.e.s.
04 06 90 93	Queso, con un contenido de grasa en peso $\leq 40\%$ y un contenido de agua, en peso, de materia no grasa $> 72\%$, n.e.s.
04 06 90 99	Queso con un contenido de grasa superior al 40% en peso, n.e.s.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Gobierno de España.

12.3. Anexo 3: Indicaciones geográficas de quesos en la Unión Europea

TABLA 27. PAÍSES EUROPEOS CON MÁS DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS DE QUESO

En orden cronológico, de más recientes a más antiguas

Francia	Italia	España	Grecia	Reino Unido
Brousse du Rove (D.O.)	Mozzarella di Gioia del Colle (D.O.)	Queso Castellano (IGP)	Arenisko Naxou (D.O.)	Traditional Welsh Caerffili (IGP)
Brillat-Savarin (IGP)	Provola dei Nebrodi (D.O.)	Queso los Beyos (IGP)	Tiri tis Possias (IGP)	Traditional Ayshire Dunlop (IGP)
Soumaintrain (PDI)	Pecorino del Monte Poro (D.O.)	Queso Camerano (D.O.)	Xigalo Siteias (D.O.)	Yorkshire Wensleydale (IGP)
Raclette de Savoie (IGP)	Ossolano (D.O.)	Queso Casín (D.O.)	Feta (D.O.)	Orkney Scottish Island Cheddar (IGP)
Charolais (D.O.)	Burrata di Andria (IGP)	Queso de Flor de Guía (D.O.)	Pichtogalo Chanion (D.O.)	Staffordshire Cheese (D.O.)
Saint-Marcellin (IGP)	Silter (D.O.)	Arzúa-Ulloa (D.O.)	Formaella Arachovas Parnassou (D.O.)	Exmoor Blue Cheese (IGP)
Rigotte di Condrieu (D.O.)	Pecorino delle Balze Volterran (D.O.)	San Simón da Costa (D.O.)	San Michali (D.O.)	Dorset Blue Cheese (IGP)
Gruyère (IGP)	Pecorino Crotonese (D.O.)	Cebreiro (D.O.)	Metsovone (D.O.)	Teviotdale Cheese (IGP)
Mâconnais (D.O.)	Strachitunt (D.O.)	Afuega'l Pitu (D.O.)	Graviera Naxou (D.O.)	White Stilton cheese / Blue

				Stilton cheese (D.O.)
Banon (D.O.)	Pecorino di Picinisco (D.O.)	Gramoneu/Gramoneda (D.O.)	Kalathaki Limnou (D.O.)	West Country farmhouse Cheddar cheese (D.O.)
Tome des Bauges (D.O.)	Puzzzone di Moena/ Spretz Tzaori (D.O.)	Queso Ibores (D.O.)	Sfela (D.O.)	Beacon Fell traditional Lancashire cheese (D.O.)
Chevrotin (D.O.)	Sacquerone di Romagna (D.O.)	Queso de Valdeón (IGP)	Anevato (D.O.)	Single Gloucester (D.O.)
Valençay (D.O.)	Nostrano Valtrompia (D.O.)	Torta del Casar (D.O.)	Kasseri (D.O.)	Swaledale cheese (D.O.)
Morbier (D.O.)	Salva Cremasco (D.O.)	Queso Palmero/ Queso de la Palma (D.O.)	Manouri (D.O.)	Bonchester cheese (D.O.)
Pélardon (D.O.)	Formaggella del Luinese (D.O.)	Queso de Murcia (D.O.)	Galotyri (D.O.)	Buxton blue (D.O.)
Bleu du Vercors-Sassenage (D.O.)	Piacentinu Ennese (D.O.)	Queso de Murcia al vino (D.O.)	Kefalogaviera (D.O.)	Dovedale cheese (D.O.)
Rocamadour (D.O.)	Vastedda della valle del Belice (D.O.)	Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya (D.O.)	Ladotyri Mitilinis (D.O.)	
Fourme d'Ambert (D.O.)	Canestrato di Moliterno (IGP)	Queso Majorero (D.O.)	Batzos (D.O.)	
Fourme de Montbrisson (D.O.)	Provolone del Monaco (D.O.)	Cabrales (D.O.)	Xynomyzithra Kritis (D.O.)	
Bleu de Gex Haut-Jura / Bleu de Septmoncel (D.O.)	Formaggio di Fossa di Sogliano (D.O.)	Idiazábal (D.O.)	Graviera Agrafon (D.O.)	
Brie de Meaux (D.O.)	Casatella Trevigiana (D.O.)	Mahón-Menorca (D.O.)	Kopanisti (D.O.)	
Brie de Melun (D.O.)	Pecorino di Filiano (D.O.)	Picón Bejes-Treviso (D.O.)	Graviera Kritis (D.O.)	
Camembert de Normandie (D.O.)	Stelvio / Stilsfer (D.O.)	Queso Nata de Cantabria (D.O.)	Katiki Domokou (D.O.)	
Cantal / Fourme de Cantal (D.O.)	Spressa delle Giudicarie (D.O.)	Queso de La Serena (D.O.)		
Chaource (D.O.)	Bra (D.O.)	Queso Manchego (D.O.)		
Chabichou du Poitou (D.O.)	Caciocavallo Silano (D.O.)	Queso Tetilla (D.O.)		
Comté (D.O.)	Castelmagno (D.O.)	Queso Zamorano (D.O.)		
Crottin de Chavignol / Chavignol (D.O.)	Fiore Sardo (D.O.)	Quesucos de Liébana (D.O.)		
Époisses (D.O.)	Monte Veronese (D.O.)	Roncal (D.O.)		
Laguiole (D.O.)	Pecorino Sardo (D.O.)			
Langres (D.O.)	Pecorino Toscano (D.O.)			
Livarot (D.O.)	Raschera (D.O.)			

Maroilles / Marolles (D.O.)	Robiola di Roccaverano (D.O.)			
Mont d'Or / Vacherin du Haut-Doubs (D.O.)	Toma Piemontese (D.O.)			
Munster / Munster-Géromé (D.O.)	Bitto (D.O.)			
Neufchâtel (D.O.)	Valtellina Casera (D.O.)			
Ossau-Iraty (D.O.)	Ragusano (D.O.)			
Poulligny-Saint- Pierre (D.O.)	Asiago (D.O.)			
Pont-l'Évêque (D.O.)	Canestrato Pugliese (D.O.)			
Reblochon / Reblochon de Savoie (D.O.)	Casciotta d'Urbino (D.O.)			
Roquefort (D.O.)	Fontina (D.O.)			
Saint-Nectaire (D.O.)	Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana (D.O.)			
Sainte-Maure de Touraine (D.O.)	Gorgonzola (D.O.)			
Salers (D.O.)	Grana Padano (D.O.)			
Selles-sur-Cher (D.O.)	Montassio (D.O.)			
Brocciu Corse / Brocciu (D.O.)	Mozzarella di Bufala Campana (D.O.)			
Abondance (D.O.)	Murazzano (D.O.)			
Beaufort (D.O.)	Parmigiano Reggiano (D.O.)			
Bleu D'Auvergne (D.O.)	Pecorino Romano (D.O.)			
Bleu des Causses (D.O.)	Pecorino Siciliano (D.O.)			
Picodon (D.O.)	Provolone Valpadana (D.O.)			
Tomme des Pyrénées (IGP)	Quartirollo Lombardo (D.O.)			
Tomme de Savoie (IGP)	Taleggio (D.O.)			
Emmental de Savoie (IGP)	Valle d'Aosta Fromadzo (D.O.)			
Emmental Français Est- Central (IGP)				
Total 55	54	29	23	17

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de la [Comisión Europea](#).



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

